OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

Rapport d'enquête sur 32 festivals et événements culturels du Québec, 2000-2001

Version finale

Québec

Pour tout renseignement concernant l'ISQ
et les données statistiques qui y sont disponibles,
s'adresser à :

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2401

ou

Téléphone : 1 800 463-4090
(aucuns frais d'appel au Canada et aux États-Unis)

Site Web : http://www.stat.gouv.qc.ca

© Gouvernement du Québec

Toute reproduction est interdite
sans l'autorisation expresse
de l'Institut de la statistique du Québec

Mars 2002

103-01938/

Rapport d'enquête sur 32 festivals et événements culturels du Québec, 2000-2001

La présente enquête a été réalisée par l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec pour le compte de Festivals Montréal – Regroupement des festivals et grands événements artistiques de l'île de Montréal.

Contributions à la réalisation de l'enquête et du rapport

Christine Routhier
Agent de recherche, Observatoire de la culture et des communications

Chargée de projet, analyse des données et rédaction du rapport

Richard Cloutier
Économiste, Observatoire de la culture et des communications

Élaboration du plan de travail, travaux sur les aspects méthodologiques de l'enquête

Jean-François Godin
Enquêteur, Observatoire de la culture et des communications

Collecte et saisie des données

Denis Chalifour
Technicien en administration, Observatoire de la culture et des communications

Conception des tableaux de données

Remerciements

L'Observatoire de la culture et des communications (OCC) tient à remercier les personnes suivantes. Pour leur aide dans l'organisation des rencontres d'information destinées aux répondants, MM. Pierre Desaulniers et Louis Landry, du ministère de la Culture et des Communications; pour son appui lors de la collecte des données auprès des répondants, M. Christian Bazinet, de Festivals Montréal; pour leur contribution à la recherche d'informations complémentaires relatives aux événements culturels, Mme Anne Bernard, du Conseil des arts et des lettres du Québec, Mme Suzanne Dumas, du ministère de la Culture et des Communications et M. Dominique Jutras, de la Société de développement des entreprises culturellles.

L'OCC tient, par ailleurs, à remercier le **Comité de suivi de l'état des lieux des festivals et événements artistiques** pour son accueil chaleureux et la place privilégiée qu'il a accordée à l'OCC lors de ses réunions. Ce comité était formé des personnes suivantes :

M. Boubacar Bah, Festivals Montréal
M. Christian Bazinet, Festivals Montréal
Mme Anne Bernard, Conseil des arts et des lettres du Québec
Mme Marie-Dominique Bonmariage, Festivals Montréal
Mme Françoise Cadieux, ministère de la Culture et des Communications, Direction de Montréal
M. Pierre Desaulniers, ministère de la Culture et des Communications, Direction de la Capitale-Nationale
M. Dominique Jutras, la Société de développement des entreprises culturelles
Mme Lise Lambert, Tourisme Québec
M. Louis Landry, ministère de la Culture et des Communications, Direction du Bas-Saint-Laurent
M. Alain Paré, Festivals Montréal
Mme Suzanne Provost, ministère de la Culture et des Communications, Direction de Montréal
M. André Sully, ministère de la Culture et des Communications, Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique

Table des matières

Introduction **9**
Les objectifs de l'enquête 9
La population à l'étude 9
L'organisation du rapport 10
L'interprétation des résultats 11
Les signes conventionnels 11

Les faits saillants **13**

Chapitre 1 **Le profil des événements culturels enquêtés** **15**
1.1 La région d'appartenance 15
1.2 L'âge des événements 15
1.3 La distribution selon la discipline 16
1.4 La distribution selon le type d'événement 17
1.5 Le calendrier de tenue 17
1.6 L'affiliation à une association touristique régionale 18

Chapitre 2 **Les activités de diffusion des événements culturels** **19**
2.1 La fréquentation 19
2.2 Les artistes invités 21
2.3 La tenue d'activités hors l'événement 22
2.4 L'offre de forfaits touristiques 23

Chapitre 3 **Les revenus des événements culturels** **25**
3.1 Les revenus et leurs sources 25
3.2 Les revenus tirés de programmes d'emploi 29
3.3 La provenance du financement privé (régionale, nationale ou hors Québec) 31
3.4 La recherche de financement 33

Chapitre 4 **Les dépenses des événements culturels** **37**
4.1 La répartition des dépenses 37
4.2 Les marchés ciblés par les dépenses de promotion 41

Chapitre 5 **L'emploi dans les événements culturels** **45**
5.1 Le travail rémunéré 45
5.2 Le bénévolat 45

Chapitre 6 **La méthodologie de l'enquête** **47**
6.1 La population de l'enquête 47
6.2 Les questionnaires 47
6.3 Le prétest 47
6.4 La collecte des données 48
6.5 La saisie et la validation des données 49
6.6 Le traitement statistique 49
6.7 Le traitement de la confidentialité 50
6.8 La qualité des résultats 50

Annexe 1 **Le questionnaire d'enquête chiffré** **53**

Annexe 2 **Le questionnaire d'enquête qualitatif** **67**

Liste des tableaux

Tableau 1.1 Profil des événements culturels ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 16

Tableau 2.1 Fréquentation estimée de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001 19

Tableau 2.2 Fréquentation estimée de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 19

Tableau 2.3 Fréquentation estimée de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 20

Tableau 2.4 Fréquentation estimée de 21 événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 20

Tableau 2.5 Nombre de prestataires invités de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001 22

Tableau 2.6 Nombre de prestataires invités de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 22

Tableau 2.7 Forfaits touristiques offerts par certains événements culturels, Québec, 2000-2001 23

Tableau 3.1 Revenus de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001 26

Tableau 3.2 Revenus de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 27

Tableau 3.3 Revenus de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 28

Tableau 3.4 Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, selon la région des événements, Québec, 2000-2001 30

Tableau 3.5 Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 30

Tableau 3.6 Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 31

Tableau 3.7 Proportion du financement privé de certains événements culturels provenant de différentes sources, selon la région des événements, Québec, 2000-2001 32

Tableau 3.8 Proportion du financement privé de certains événements culturels provenant de différentes sources, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 33

Tableau 3.9 Temps consacré par certains événements culturels à la recherche de financement, Québec, 2000-2001 33

Tableau 3.10 Difficultés liées à la recherche de financement privé pour les événements culturels, Québec, 2000-2001 35

Tableau 4.1 Dépenses de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001 38

Tableau 4.2 Dépenses de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 39

Tableau 4.3 Dépenses de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 40

Tableau 4.4 Proportion des dépenses de promotion de certains événements culturels allouées à différents marchés, selon la région des événements, Québec, 2000-2001 42

Tableau 4.5 Proportion des dépenses de promotion de certains événements culturels allouées à différents marchés, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 43

Tableau 5.1 Emploi de certains événements culturels selon la région des événements, Québec, 2000-2001 45

Tableau 5.2 Emploi de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001 46

Liste des figures

Figure 1.1 Distribution des événements ayant participé à l'Enquête selon leur nombre d'années d'existence, Québec, 2000-2001 15

Figure 1.2 Saison de tenue des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 18

Figure 2.1 Fréquentation moyenne de 21 événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 21

Figure 3.1 Revenus des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 25

Figure 3.2 Revenus moyens des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 28

Figure 3.3 Évolution des revenus moyen des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 29

Figure 3.4 Financement moyen tiré de programmes d'emploi pour les événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 31

Figure 3.5 Provenance du financement privé des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 32

Figure 4.1 Dépenses des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 38

Figure 4.2 Dépenses moyennes des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 40

Figure 4.3 Évolution des dépenses moyennes des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001 41

Figure 4.4 Dépenses de promotion des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001 42

Les objectifs de l'enquête

Ce rapport présente les résultats d'une enquête réalisée par l'Observatoire de la culture et des communications (OCC) de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) pour le compte de Festivals Montréal, organisme auquel étaient associés dans ce projet le ministère de la Culture et des Communications ainsi que Tourisme Québec. Cette enquête, menée d'octobre 2001 à janvier 2002, visait la collecte de données permettant de tracer le portrait économique de 32 festivals et d'événements culturels répartis dans trois régions administratives du Québec (Montréal, Capitale-Nationale et Bas-Saint-Laurent).

Les renseignements recueillis auprès des organismes promoteurs portaient essentiellement sur la fréquentation des festivals et des événements par le public, sur les revenus reliés aux festivals et aux événements, sur la provenance de ces revenus, sur les dépenses, sur la recherche de financement privé et sur la main-d'œuvre. Précisons qu'une partie de ces renseignements devait servir à mesurer les retombées économiques engendrées par les dépenses d'opération des festivals et des événements. Les résultats de cette mesure, réalisée grâce au modèle intersectoriel du Québec de l'ISQ, ne sont pas intégrés au présent rapport, mais font l'objet d'un document indépendant intitulé *Étude d'impact économique pour le Québec des dépenses d'opération reliées aux festivals et événements culturels 2000-2001*.

En général, les réponses au questionnaire d'enquête devaient porter sur le dernier exercice financier des organismes promoteurs, celui-ci s'inscrivant quelque part entre le 1er janvier 2000 et le 31 novembre 2001. Certaines réponses cependant devaient porter sur des exercices antérieurs, notamment les réponses des organismes dont l'événement n'avait pas eu lieu au cours de l'exercice 2000-2001.

Soulignons que les 32 festivals et événements sur lesquels porte l'enquête ont été choisis par Festivals Montréal et ses partenaires. Cette sélection ne couvre pas de manière exhaustive les trois régions à l'étude et elle n'est en aucun cas représentative de l'ensemble des festivals et événements culturels qui se tiennent au Québec.

Outre Festivals Montréal, Tourisme Québec et le ministère de la Culture et des Communications, deux autres organismes intéressés par les événements culturels ont collaboré à la mise en place de l'enquête. Il s'agit du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC).

La population à l'étude

Par « festival culturel » ou « événement culturel », on entend une manifestation publique circonscrite dans le temps, durant laquelle sont présentés des spectacles, des expositions, des projections cinématographiques ou d'autres types d'activités culturelles. La programmation de ces événements est généralement organisée autour d'un thème (par exemple les autochtones) ou d'une discipline artistique (par exemple la danse). Ces événements sont dits « culturels » en vertu de leur vocation première, qui est la diffusion de contenus culturels ou artistiques.

Les festivals et les événements culturels sont mis sur pied et gérés par des organismes qui sont souvent sans but lucratif. L'événement culturel peut constituer la raison d'être de cet organisme promoteur ou n'être qu'une activité parmi d'autres et s'inscrire dans un mandat global. L'organisme promoteur peut être, par exemple, un centre d'artistes autogéré qui organise chaque année en mars un événement en art électronique. Ce sont ces organismes promoteurs qui ont été interrogés pour les fins de la présente enquête.

La liste des festivals et des événements ayant fait l'objet de l'enquête est présentée ci-dessous. Il est à noter que tous les événements montréalais à l'étude sont membres du regroupement Festivals Montréal.

Montréal

- → Coup de cœur francophone
- → Festival de musique de chambre de Montréal
- → Festival de théâtre des Amériques
- → Festival international de la littérature
- → Festival international de nouvelle danse
- → Festival international du film sur l'art
- → Festival international du nouveau cinéma et des nouveaux médias de Montréal
- → Festival international Nuits d'Afrique
- → Festival Présence autochtone
- → Image + nation, festival international de cinéma et de vidéo gai et lesbien de Montréal
- → Journées africaines et créoles Vues d'Afrique
- → La Biennale de Montréal
- → Le mois de la photo à Montréal
- → Les Rendez-vous du cinéma québécois
- → Manifestation internationale vidéo et art électronique
- → Marché CINARS
- → Rencontre internationale du documentaire
- → Salon des métiers d'art de Montréal
- → Salon du livre de Montréal

Capitale-Nationale

- → Bourse RIDEAU
- → Carrefour international de théâtre de Québec
- → Festival international d'été de Québec
- → Festival international des arts traditionnels
- → Festival international du Domaine Forget
- → Images du Nouveau Monde
- → Les Fêtes de la Nouvelle-France
- → Salon international du livre de Québec
- → Symposium de la nouvelle peinture du Canada

Bas-Saint-Laurent

- → Carroussel international du film de Rimouski
- → Festi Jazz international de Rimouski
- → Festival international de jardins de Métis
- → Salon du livre de Rimouski

L'organisation du rapport

Le présent rapport comprend cinq chapitres qui traitent des différents aspects mesurés par l'enquête. Le premier chapitre décrit le profil des 32 festivals et événements à l'étude. Il y est question de leur âge, de leur domaine d'activité (littérature, musique, etc.), de leur type (salon, festival de cinéma, etc.), de leur calendrier de tenue et de leur affiliation à une association touristique régionale. Les chapitres suivants portent respectivement sur : les activités de diffusion, les revenus des événements et leur provenance, les dépenses et l'emploi.

Dans chacun des chapitres, l'essentiel de l'information est présenté :

→ pour l'ensemble des festivals et des événements à l'étude;

→ pour trois sous-groupes basés sur la région d'appartenance, à savoir : le Bas-Saint-Laurent, la Capitale-Nationale et Montréal;

→ pour cinq sous-groupes basés sur le type d'événement, à savoir : les salons, les festivals en arts de la scène (incluant les marchés destinés aux acheteurs professionnels), les événements à base d'expositions, les festivals de cinéma et les événements thématiques.

Ajoutons que dans certains cas, l'information recueillie permet de présenter des résultats pour trois exercices différents : 1998-1999, 1999-2000 et 2000-2001.

Les notes méthodologiques pertinentes à la réalisation de l'enquête sont présentées au chapitre 6. En annexe, le lecteur trouvera les questionnaires utilisés pour l'enquête.

Dans le but d'alléger le texte du présent rapport, le terme « événement » sera utilisé pour désigner à la fois les festivals et les événements culturels.

L'interprétation des résultats

Il est important de noter que, bien que l'enquête ait été réalisée auprès de 32 organismes, plusieurs des tableaux de données contenus dans ce rapport présentent des résultats pour un nombre inférieur de répondants. Deux aspects sont à l'origine de cette situation. Premièrement, parmi les événements à l'étude, il s'en trouve sept qui sont des biennales et deux qui n'existaient pas encore en 1998-1999. Ceci fait en sorte que pour une année de référence donnée (2000-2001 ou 1999-2000 ou 1998-1999), il y a toujours un certain nombre d'événements parmi les 32 qui n'ont pas eu lieu et pour lesquels aucune donnée n'a été recueillie. Deuxièmement, plusieurs organismes n'ont pas répondu à toutes les questions qui les concernaient, c'est-à-dire qu'ils ont omis ou ont été incapables de répondre à certaines questions. Dans le cas où un tableau présente des données pour trois années distinctes, le lecteur doit donc prendre en considération le fait que le nombre d'événements examinés n'est pas le même pour chacune de ces trois années et qu'il ne s'agit pas, d'une année à l'autre, du même corpus d'événements. Pour faciliter l'interprétation et permettre la comparaison des différentes années entre elles, nous avons intégré, dans ces tableaux, le calcul de la valeur moyenne par organisme.

Les résultats chiffrés qui apparaissent dans le présent rapport proviennent uniquement des données collectées, puis validées : aucune procédure d'imputation ou d'estimation de la non-réponse n'a été utilisée. Ainsi, les totaux présentés ne rendent compte que des événements ayant effectivement répondu à une question donnée. (Le nombre de répondants pour une variable donnée est mentionné dans chacun des tableaux du rapport.)

Les signes conventionnels

Le rapport contient une vingtaine de tableaux de données. À l'intérieur de ces tableaux, certaines zones réservées normalement aux données peuvent n'en contenir aucune. Dans de tels cas, des signes conventionnels sont utilisés pour expliquer l'absence de donnée. Voici donc la liste des signes conventionnels employés dans ce rapport, accompagnés de leur signification :

... n'ayant pas lieu de figurer
– néant ou zéro
x donnée confidentielle

Il existe au Québec plus d'une centaine d'événements et festivals qui peuvent, en vertu de leur mandat, être qualifiés de culturels. La présente enquête porte sur 32 de ces événements, dont elle entend dresser le profil économique particulier.

Chacun des 32 événements ciblés est à la charge d'un organisme promoteur distinct et chacun se déroule dans l'une des régions administratives suivantes : Bas-Saint-Laurent, Capitale-Nationale ou Montréal. Par ailleurs, les événements étudiés appartiennent à l'une cinq formes suivantes : festival de cinéma (projections d'œuvres audiovisuelles), festival en arts de la scène (spectacles de danse, de théâtre, de musique, de chanson ou de variétés), salon du livre ou des métiers d'art (kiosques commerciaux), événement réunissant des expo tions d'œuvres d'art visuel ou d'art paysager, événement multidisciplinaire axé sur une thématique.

L'enquête auprès des organismes promoteurs a été réalisée de octobre 2001 à janvier 2002. On demandait à ces organismes de donner des informations pour leur exercice 2000-2001 (situé quelque part entre le 1er janvier 2000 et le 31 novembre 2001) et aussi, dans le cas de certaines questions, pour les deux exercices antérieurs. Les organismes dont l'événement n'avait pas eu lieu au cours d'un exercice donné avaient la consigne de ne livrer aucune information pour cet exercice-là.

La fréquentation annuelle dépasserait les deux millions de visiteurs

→ En 2000-2001, les 28 événements ayant eu lieu cette année-là ont accueilli au total 2,3 millions de visiteurs, soit une moyenne de 82 286 visiteurs par événement. Ce sont les événements thématiques qui accueillent le plus de visiteurs, soit 284 448 visiteurs en moyenne par événement.

Une programmation majoritairement québécoise

→ La programmation d'un événement comporte en moyenne 150 groupes d'artistes ou artistes solo invités. Le nombre d'invités est plus grand pour les événements se déroulant dans la région de Montréal (175 invités en moyenne) que pour ceux qui ont lieu dans la Capitale-Nationale (143 invités) ou dans le Bas-Saint-Laurent (55 invités).

→ Une proportion importante des groupes ou des artistes solo qui sont au programme de l'ensemble des événements provient du Québec (73 %). Cette proportion est plus faible cependant dans le cas des festivals en arts de la scène (46 % d'invités québécois), des événements à base d'expositions (53 % d'invités québécois) et des festivals de cinéma (56 % d'invités québécois).

Des revenus annuels d'environ 30 millions de dollars

→ Les revenus cumulés des 28 événements ayant eu lieu en 2000-2001 sont de 27,7 millions de dollars. Ces revenus proviennent des revenus autonomes (25,4 %), du financement privé (33,3 %) et du financement public (41,3 %). Cette répartition est relativement stable depuis les trois dernières années.

→ Le financement public fourni aux événements culturels l'est principalement par le gouvernement du Québec avec 56,9 %, comparativement à 28,9 % pour le gouvernement du Canada et 14,2% pour les administrations municipales et les autres sources publiques.

→ Le financement privé provenant de sociétés ou d'entreprises régionales est beaucoup plus élevé pour les événements de Montréal (71 % de l'ensemble du financement privé) que pour ceux de la Capitale-Nationale et du Bas-Saint-Laurent. Ces derniers, au contraire, tirent la majeure partie de leur financement privé de sociétés ou d'entreprises nationales.

L'aide publique accordée sous forme de programmes d'emploi a diminué depuis trois ans

→ Le financement accordé par les gouvernements sous forme de programmes d'emploi a diminué de 30 % depuis les trois derniers exercices, passant de 32 649 $ en moyenne pour un événement en 1998-1999 à 22 965 $ en 2000-2001.

La recherche de financement requiert des efforts importants de la part des promoteurs des événements culturels

→ Les organismes promoteurs des 32 événements étudiés consacreraient en moyenne 240 jours-personne dans une année aux activités de recherche de financement. Cet investissement en temps équivaut grosso modo au travail fourni par un employé à temps plein.

Des dépenses axées sur la production et la mise en marché

→ L'essentiel des dépenses des événements culturels étudiés est constitué des frais de production (32 % des dépenses totales) et des frais de communication et de mise en marché (32 %), alors que les frais artistiques ne représentent que 16 % des dépenses totales et les frais administratifs, 20 %.

→ En 2000-2001, 28 événements ont dépensé ensemble 8,4 millions de dollars en frais de communication et de mise en marché.

Des dépenses de promotion essentiellement consacrées au marché québécois

→ L'essentiel des dépenses de promotion des événements culturels vise le marché québécois. Ainsi, 48 % de ces dépenses va à la promotion locale ou régionale et 36 % va à la promotion nationale. La promotion dans les autres provinces canadiennes représente 6 % et la promotion à l'étranger accapare 10 % des dépenses totales de promotion.

Une importante contribution bénévole

→ Le nombre moyen de personnes rémunérées directement par un événement culturel est de 111 personnes (incluant les employés et les travailleurs rémunérés sous forme d'honoraires ou de cachets). En moyenne, pour une année où l'événement a eu lieu, un organisme promoteur a versé 344 647 $ en salaires, honoraires et cachets.

→ Le nombre de bénévoles est de 64 en moyenne pour un événement. Cette moyenne est particulièrement élevée pour les événements du Bas-Saint-Laurent (181 bénévoles) comparativement à ceux de Montréal (32 bénévoles) ou de la Capitale-Nationale (79 bénévoles).

→ La contribution bénévole moyenne reçue par un événement représente 104 semaines de travail, c'est-à-dire l'équivalent de deux employés à temps plein durant un an.

Les questionnaires soumis aux organismes promoteurs comportaient un certain nombre de questions visant à cerner les caractéristiques des 32 événements à l'étude. Le tableau 1.1 rend compte de la répartition des 32 organismes à l'intérieur de catégories de région, d'âge, de discipline, de type d'événement, de fréquence, de saison, de durée et d'affiliation à une association touristique régionale.

1.1 La région d'appartenance

Rappelons que les 32 événements de l'enquête ont à l'origine été choisis notamment sur la base de leur appartenance à trois régions administratives données. Ainsi quatre des événements ont lieu dans la région du Bas-Saint-Laurent, neuf dans la région de la Capitale-Nationale et 19 dans la région de Montréal. Cette partition des répondants en fonction de la région d'appartenance a été retenue pour l'analyse des résultats dans plusieurs tableaux du présent rapport.

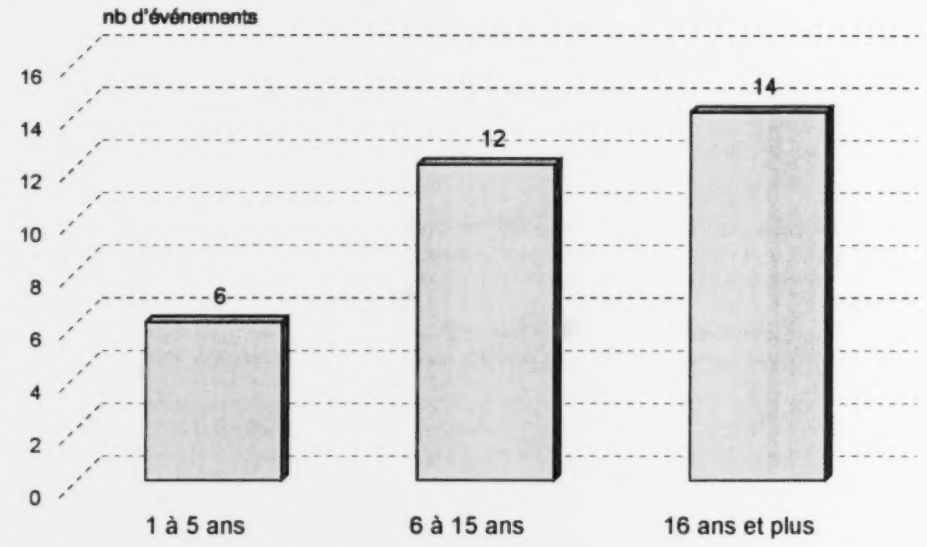
1.2 L'âge des événements

On a demandé aux répondants d'indiquer l'année au cours de laquelle leur événement avait été tenu pour la première fois. À partir de là, les 32 événements à l'étude ont été répartis dans trois catégories relatives au nombre d'années d'existence incluant la première année de tenue (tableau 1.1). On constate que près de la moitié des événements, soit 14 d'entre eux, ont 16 ans et plus d'existence et que seulement six événements ont cinq ans et moins. Dans l'ensemble, les 32 événements à l'étude sont des événements qu'on peut qualifier de matures, le nombre moyen d'années d'existence étant de 15 ans.

Figure 1.1

Distribution des événements ayant participé à l'Enquête selon leur nombre d'années d'existence, Québec, 2000-2001

32 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 1.1

Profil des événements culturels ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Événements	n	**32**	**4**	**9**	**19**
Années d'existence[1]					
1 à 5 ans	n	6	1	3	2
6 à 15 ans	n	12	–	3	9
16 ans et plus	n	14	3	3	8
Nombre moyen d'années d'existence	années	15	19	14	15
Domaine d'activité					
Architecture et art paysager	n	1	1	–	–
Arts visuels et arts médiatiques	n	4	–	1	3
Chanson, humour, variété, cirque	n	2	–	1	1
Cinéma et audiovisuel	n	6	1	–	5
Danse	n	1	–	–	1
Livre et littérature	n	4	1	1	2
Métiers d'art	n	1	–	–	1
Musique	n	4	1	1	2
Patrimoine et patrimoine vivant	n	2	–	2	–
Théâtre	n	2	–	1	1
Multidisciplinaire	n	5	–	2	3
Type d'événement					
Salon	n	4	1	1	2
Festival en art de la scène	n	10	1	4	5
Événement à base d'expositions	n	5	1	1	3
Festival de cinéma	n	8	1	1	6
Festival thématique	n	3	–	1	2
Marché destiné aux acheteurs professionnels	n	2	–	1	1
Fréquence					
Annuelle	n	25	4	8	13
Biennale	n	7	–	1	6
Saison					
Automne	n	14	2	1	11
Hiver	n	5	–	3	2
Printemps	n	6	–	1	5
Été	n	7	2	4	1
Durée moyenne[2]	jours	16	29	16	13
Affiliation à une ATR[3]	n	19	2	8	9

1. Il s'agit du nombre d'années d'existence incluant la première année de tenue de l'événement.

2. Durée moyenne de la dernière édition de l'événement, peu importe que celle-ci ait eu lieu en 2000-2001 ou en 1999-2000.

3. Association touristique régionale.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

1.3 La distribution selon la discipline

Pour les fins de l'enquête, on a distingué deux aspects clés d'un événement culturel : d'une part, la discipline qu'il promeut (le **domaine d'activité**) et, d'autre part, le type d'activités qu'il présente au public (projections cinématographiques, salon, spectacles, expositions, etc.) ce que l'on a appelé le **type d'événement**.

En ce qui concerne le domaine d'activité, 11 domaines ont été définis, incluant l'option « multidisciplinaire ». La distribution des 32 événements dans ces 11 domaines est présentée au tableau 1.1. Mentionnons qu'il y a un seul événement dans chacun des trois domaines suivants : architecture et art paysager, danse, métiers d'art.

1.4 La distribution selon le type d'événement

Le groupe des 32 événements à l'étude réunit des événements appartenant à six types différents (tableau 1.1). Ces six types ne sont pas représentés de manière équivalente au sein de l'ensemble. Ainsi, s'il y a 10 festivals en arts de la scène, il y a seulement deux marchés destinés aux acheteurs professionnels et trois festivals thématiques. Les salons sont au nombre de quatre, les festivals de cinéma au nombre de huit et les événements à base d'expositions au nombre de cinq.

Le type auquel appartient un événement peut expliquer différents aspects de son profil économique, comme par exemple la prépondérance des frais de production sur les autres catégories de dépenses ou la faible fréquentation. Pour cette raison, la partition selon le type d'événement a été utilisée pour l'analyse des résultats dans plusieurs tableaux du présent rapport. Dans ces tableaux, le nombre de catégories a toutefois été réduit à cinq types pour des raisons de confidentialité. En effet, puisque la catégorie « marché destiné aux acheteurs professionnels » ne comporte que deux répondants, il a fallu la fusionner avec la catégorie « festivals en arts de la scène » qui renferme des événements similaires.

1.5 Le calendrier de tenue

Parmi les 32 événements à l'étude, 25 ont lieu chaque année et sept sont biennaux. Six de ces biennales ont lieu dans la région de Montréal et une dans la région de la Capitale-Nationale (tableau 1.1). Les sept biennales étudiées ne sont pas toutes présentées selon le même cycle; ainsi, trois biennales ont eu lieu en 2000-2001 (le Festival de théâtre des Amériques, la Biennale de Montréal et le Marché CINARS) alors que les quatre autres ont eu lieu l'année précédente (la Manifestation internationale vidéo et art électronique, le Mois de la photo à Montréal, le Carrefour international de théâtre de Québec et le Festival de nouvelle danse).

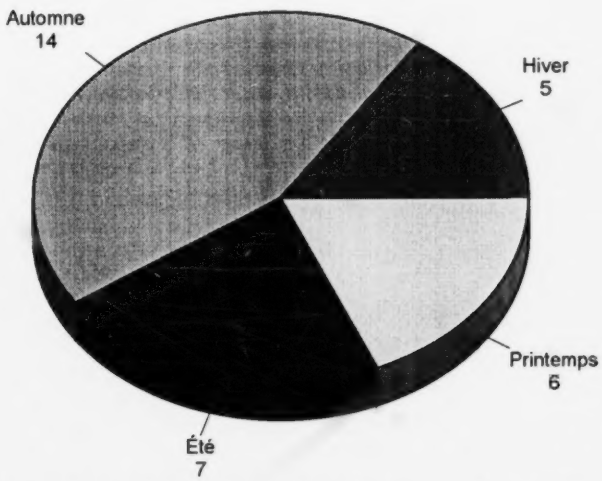
Mentionnons par ailleurs que, parmi les 32 événements à l'étude, deux événements annuels ont été créés en 1999-2000 et n'existaient donc pas encore en 1998-1999 : Images du Nouveau Monde et le Festival de jardins de Métis.

En ce qui concerne la saison durant laquelle sont présentés les événements, voici la répartition : 14 ont lieu en automne, cinq en hiver, six au printemps et sept en été. Soulignons que dans le Bas-Saint-Laurent, aucun événement parmi les quatre étudiés n'a lieu en hiver ou au printemps. Enfin, la durée moyenne pour les 32 événements étudiés est de 16 jours (tableau 1.1).

Figure 1.2

Saison de tenue des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

32 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001.*

1.6 L'affiliation à une association touristique régionale

La majorité (19) des organismes qui gèrent les 32 événements sont membres d'une association touristique régionale (ATR). Dans la région de la Capitale-Nationale, l'appartenance à l'ATR est presque une règle puisqu'un seul des neuf événements de cette région n'est pas affilié à cette association (tableau 1.1).

2.1 La fréquentation

Selon les informations livrées par les organismes promoteurs, les 28 événements qui ont eu lieu en 2000-2001 auraient accueilli ensemble un total de 2,3 millions de visiteurs ou spectateurs (tableau 2.1). Il est important de préciser que ce résultat correspond à la fréquentation déclarée par chacun des répondants et que les méthodes qui ont été utilisées pour comptabiliser ou estimer cette fréquentation peuvent varier d'un événement à l'autre.

Le nombre moyen de visiteurs par jour pour un événement est de 5 143. Évidemment, le nombre quotidien de visiteurs varie selon le type d'événement. Ainsi, alors qu'un salon accueille chaque jour en moyenne 9 456 visiteurs, un festival de cinéma en accueille 2 371 et un événement à base d'expositions 856 (tableau 2.2). En ce qui concerne les entrées payantes, elles sont au nombre de 284 302 en 2000-2001 pour 27 événements (tableau 2.1). Précisons que certains événements n'ont aucun visiteur payant, l'accès à toutes leurs activités étant gratuit.

Tableau 2.1

Fréquentation estimée[1] de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Événements	n	28 [2]	4	8	16
Visiteurs ou spectateurs	n	2 304 008	150 479	1 547 402	606 127
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par événement	n	82 286	37 620	193 425	37 883
Durée moyenne	jours	16	29	17	12
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par jour[3]	n	5 143	1 297	11 378	3 157
Entrées payantes	n	284 302 [4]	x	x	132 615

1. Il s'agit du nombre de visiteurs ou de spectateurs tel qu'estimé ou mesuré par chacun des organismes enquêtés.
2. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.
3. Pour un (1) événement.
4. Donnée pour 27 événements seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 2.2

Fréquentation estimée[1] de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Salons	Festivals en arts de la scène [2]	Événements à base d'expositions	Festivals de cinéma	Événements thématiques
Événements	n	28 [3]	4	10	3	8	3
Visiteurs ou spectateurs	n	2 304 008	302 589	855 023	141 285	151 766	853 345
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par événement	n	82 286	75 647	85 502	47 095	18 971	284 448
Durée moyenne	jours	16	8	16	55	8	8
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par jour[4]	n	5 143	9 456	5 344	856	2 371	35 556
Entrées payantes	n	284 302 [5]	27 809	55 182 [6]	x	82 550	x

1. Il s'agit du nombre de visiteurs ou de spectateurs tel qu'estimé ou mesuré par chacun des organismes enquêtés.
2. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.
3. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.
4. Pour un (1) événement.
5. Donnée pour 27 événements seulement.
6. Donnée pour 9 événements seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Les données recueillies pour l'ensemble des répondants indiquent une baisse de la fréquentation entre 1998-1999 et 2000-2001, le nombre moyen de visiteurs par événement passant de 132 054 en 1998-1999 à 82 286 en 2000-2001 (tableau 2.3). Cette baisse doit être interprétée avec circonspection cependant, car d'importantes variations de fréquentation sont possibles d'une année à l'autre. Ces variations peuvent venir du fait, par exemple, qu'un événement a enregistré, pour une année donnée, une forte augmentation de sa fréquentation parce qu'il a ajouté cette année-là un spectacle gratuit en plein air alors que sa programmation se résume habituellement à des spectacles payants en salles. Par ailleurs, il faut aussi tenir compte du fait que le corpus ayant servi au calcul de la moyenne est sensiblement différent en 1998-1999 et en 2000-2001. En effet, quatre des événements ayant servi au calcul de la moyenne de 2000-2001 ne font pas partie de la moyenne calculée pour 1998-1999, soit parce qu'ils n'existaient pas encore, soit parce qu'ils n'ont pu livrer d'information sur leur fréquentation (tableau 2.3).

Tableau 2.3

Fréquentation estimée[1] de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001

	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001
Événements	n	24 [2]	28 [3]	28 [4]
Visiteurs ou spectateurs	n	3 169 297	2 232 614	2 304 008
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par événement	n	132 054	79 736	82 286

1. Il s'agit du nombre de visiteurs ou de spectateurs tel qu'estimé ou mesuré par chacun des organismes enquêtés.
2. Sur les 32 organismes enquêtés, 8 n'ont pas tenu leur événement en 1998-1999 ou n'ont pu indiquer leur fréquentation.
3. Sur les 32 organismes enquêtés, 4 n'ont pas tenu leur événement en 1999-2000 ou n'ont pu indiquer leur fréquentation.
4. Sur les 32 organismes enquêtés, 4 n'ont pas tenu leur événement en 2000-2001.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Pour éliminer le biais qui pourrait provenir de la modification du corpus de répondants selon les années, on n'a retenu, dans le tableau 2.4, que les 21 événements ayant fourni des données de fréquentation pour les trois années de référence (ce qui exclut d'emblée les sept événements biennaux). Dans ce nouveau tableau, ce n'est pas une baisse de la fréquentation moyenne que l'on observe, mais une croissance de 14 % entre 1998-1999 et 2000-2001.

Tableau 2.4

Fréquentation estimée[1] de 21 événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001

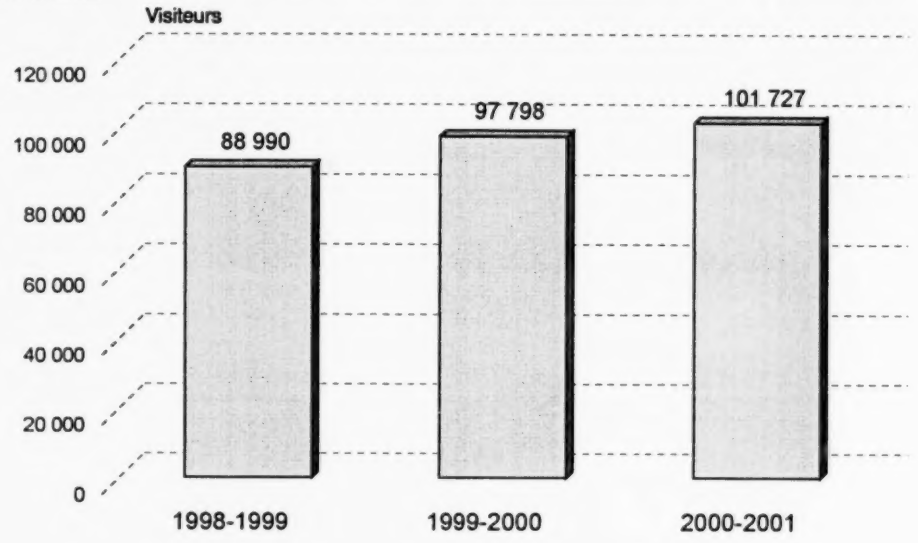
	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001
Événements	n	21 [2]	21 [2]	21 [2]
Visiteurs ou spectateurs	n	1 868 797	2 053 757	2 136 263
Nombre moyen de visiteurs ou spectateurs par événement	n	88 990	97 798	101 727

1. Il s'agit du nombre de visiteurs ou de spectateurs tel qu'estimé ou mesuré par chacun des organismes enquêtés.
2. Ce sont les mêmes 21 événements qui ont été pris en compte en 1998-1999, en 1999-2000 et en 2000-2001.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Figure 2.1

Fréquentation moyenne de 21 événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

2.2 Les artistes invités

Les organismes enquêtés devaient indiquer le nombre de prestataires invités pour la dernière édition de leur événement, c'est-à-dire le nombre d'artistes solo, de troupes, d'auteurs, de films, de groupes d'artistes ou d'autres formations inscrits à la programmation. Il était précisé qu'un groupe comme Lili Fatale, par exemple, devait être comptabilisé comme un (1) prestataire et non pas comme cinq (5) prestataires parce qu'il comprend cinq membres.

Le nombre de prestataires invités pour les 31 événements ayant répondu à cette question est de 4 665 et le nombre moyen de prestataires pour un événement est de 150. En moyenne, la programmation des événements de la région de Montréal comporte plus de prestataires (175) que celle des événements de la région de la Capitale-Nationale (143) ou du Bas-Saint-Laurent (55) (tableau 2.5). On constate aussi, comme on pouvait s'y attendre, que le nombre moyen de prestataires varie considérablement selon le type d'événement. Ainsi, les salons reçoivent en moyenne 529 prestataires comparativement à 54 pour les événements à base d'expositions ou à 96 pour les festivals de cinéma (tableau 2.6).

Une proportion importante (73 %) des prestataires qui composent la programmation des événements culturels provient du Québec. Cette proportion d'invités québécois est particulièrement élevée dans le cas des salons (97 %) et dans le cas des événements thématiques (95 %). À l'inverse, elle est beaucoup plus faible pour les festivals en arts de la scène (46 %), pour les événements à base d'expositions (53 %) et pour les festivals de cinéma (56 %) (tableau 2.6).

Tableau 2.5

Nombre de prestataires invités[1,2] de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Événements	n	31	4	9	18
Nombre de prestataires	n	4 655	219	1 286	3 150
Nombre moyen de prestataires par événement	n	150	55	143	175
Proportion de prestataires provenant du Québec	%	73 [3]	79	66 [4]	75 [5]

1. Pour les fins de l'enquête, un « prestataire » est une personne, ou plus généralement un groupe de personnes, venu présenter une œuvre ou un ensemble d'œuvres.
2. Il s'agit du nombre de prestataires invités lors de la dernière édition de l'événement, peu importe que celle-ci ait eu lieu en 2000-2001 ou en 1999-2000.
3. Donnée pour 29 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.
4. Donnée pour 8 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.
5. Donnée pour 17 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 2.6

Nombre de prestataires[1,2] invités de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Salons	Festivals en arts de la scène [3]	Événements à base d'expositions	Festivals de cinéma	Événements thématiques
Événements	n	31	4	12	5	8	2
Nombre de prestataires	n	4 655	2 116	1 234	268	771	266
Nombre moyen de prestataires par événement	n	150	529	103	54	96	133
Proportion de prestataires provenant du Québec	%	73 [4]	97 [5]	46 [6]	53	56	95

1. Pour les fins de l'enquête, un « prestataire » est une personne, ou plus généralement un groupe de personnes, venu présenter une œuvre ou un ensemble d'œuvres.
2. Il s'agit du nombre de prestataires invités lors de la dernière édition de l'événement, peu importe que celle-ci ait eu lieu en 2000-2001 ou en 1999-2000.
3. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.
4. Donnée pour 29 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.
5. Donnée pour 3 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.
6. Donnée pour 11 événements ayant indiqué leur nombre de prestataires provenant du Québec.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

2.3 La tenue d'activités hors l'événement

La présente enquête portait exclusivement sur les 32 événements identifiés à la page 9 du rapport. On sait cependant que certains des organismes promoteurs de ces événements organisent aussi d'autres activités publiques. À titre d'information, nous avons donc inclus, dans le questionnaire qualitatif, une question portant sur ces activités parallèles. La question était formulée ainsi « À part les activités liées à l'événement principal (identifié à la question 3 du questionnaire bleu), votre organisme organise-t-il d'autres activités? » Vingt-cinq des 32 organismes enquêtés ont répondu « oui » à cette question.

Les activités parallèles prennent diverses formes selon les organismes et selon leur vocation respective. Elles peuvent s'échelonner sur toute l'année (17/25 répondants) ou être organisées à un moment précis de l'année (8/25 répondants). L'importance relative de ces activités parallèles par rapport à l'événement ciblé dans l'enquête varie considérablement d'un organisme à l'autre. Dans certains cas, l'événement est la raison d'être de l'organisme promoteur alors que, dans d'autre cas, il s'intègre à un ensemble d'activités devant répondre à un mandat global (la promotion de la littérature, par exemple). À titre indicatif, lorsque nous avons demandé aux 25 organismes ayant des activités parallèles quelle part de leur revenu annuel provenait de ces activités, leurs réponses variaient entre 0 % et 75 %.

Soulignons enfin que les sept organismes qui gèrent des événements biennaux ont tous des activités parallèles et que, pour quatre d'entre eux, ces activités ont lieu entre deux éditions de l'événement biennal.

2.4 L'offre de forfaits touristiques

Sur les 32 organismes enquêtés, neuf ont développé des forfaits touristiques pour leur clientèle et deux entendent en développer sous peu. On retrouve une description sommaire des forfaits existants au tableau 2.7. Rappelons par ailleurs que 19 des organismes promoteurs sont membres d'une association touristique régionale (ATR).

Tableau 2.7
Forfaits touristiques offerts par certains événements culturels, Québec, 2000-2001

Description du forfait	Clientèle ciblée
Hébergement, spectacles et activités culturelles ou de loisirs au choix	Ontario, Nouvelle-Angleterre, Nouveau-Brunswick, étranger
Avion, hébergement et événement	Non spécifiée
Hébergement et billets de spectacles, ce forfait étant disponible auprès d'un « tour operator »	Non spécifiée
Hébergement et entrée pour l'événement	Non spécifiée
Hébergement, spectacles et activités en nature	Québec, Canada, USA, France
Hébergement, événement et attraits culturels tel musées	Non spécifiée
Forfait non décrit	Non spécifiée
Hébergement, repas, événement, autres attraits culturels, activités en nature	Non spécifiée
Transport gratuit en autobus (rayon de 100 km de l'événement)	Locale

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.1 Les revenus et leurs sources

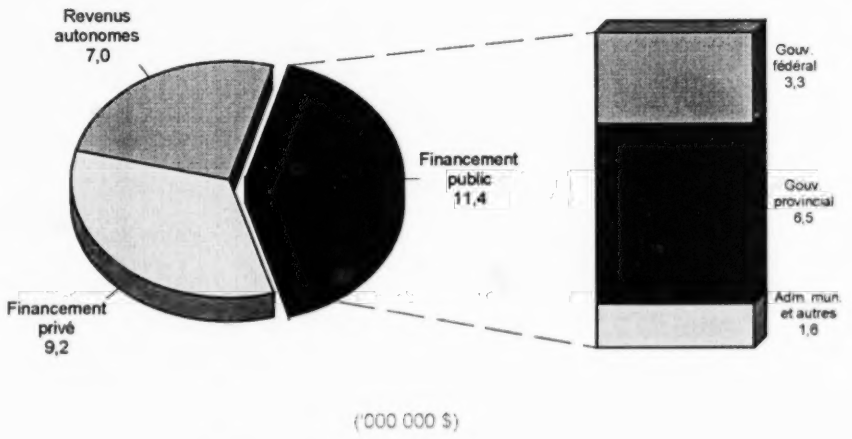
Les revenus de l'ensemble des 28 événements culturels ayant eu lieu en 2000-2001 atteignent 27,7 millions de dollars, soit une moyenne de 988 057 par événement. Les données du tableau 3.1 révèlent un écart important entre le revenu moyen des événements du Bas-Saint-Laurent (498 538 $), celui des événements de la Capitale-Nationale (1 509 272 $) et celui des événements de Montréal (849 828 $). Il convient ici de rappeler que les 32 établissements à l'étude ont été choisis sans égard à leur taille en terme de programmation, de fréquentation ou de revenus. Les trois sous-groupes régionaux ne renferment donc pas forcément la même proportion de petits ou de gros événements. En conséquence, il se peut que l'importance du revenu moyen enregistré pour la région de la Capitale-Nationale soit dû à la présence de quelques très gros événements dans ce sous-groupe, alors que ce type d'événement est moins bien représenté dans les deux autres régions.

En ce qui concerne les types d'événements, on constate que le revenu moyen des festivals en arts de la scène (1 470 271 $) est plus important que celui des autres types d'événements. À titre d'indication, les salons, qui occupent la seconde position en terme d'importance des revenus, ont encaissé en moyenne 883 128 $ (tableau 3.2).

Figure 3.1

Revenus des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

28 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.1.1 Revenus autonomes, financement privé et aide publique

Les 27,7 millions encaissés par l'ensemble des 28 événements de 2000-2001 proviennent en parts presque équivalentes des revenus autonomes (25,4 % des revenus totaux), du financement privé (33,3 %) et de l'aide publique (41,3 %) (tableau 3.1).

Les **revenus autonomes** sont ceux qui proviennent, par exemple, de la vente de billets et de produits dérivés, de la perception d'intérêts, de locations diverses ou de l'exploitation de concessions ou de bars. Les revenus autonomes des 28 événements de 2000-2001 représentent 7,0 millions de dollars, pour une moyenne de 250 519 $ par événement. Les revenus issus du **financement privé** (dons, commandites, activités bénéfices, etc.) représentent pour leur part 9,2 millions de dollars pour 28 événements, ce qui correspond à une moyenne de 329 150 $ par événement. Les revenus issus du **financement public** (l'aide versée par les gouvernements et les autres administrations publiques) représentent 11,4 millions de dollars pour les 28 événements de 2000-2001, soit 408 388 $ en moyenne par événement (tableau 3.1).

Sur les 11,4 millions d'aide publique reçue en 2000-2001, un peu plus de la moitié (56,9 %) provient du **gouvernement provincial** (gouvernement du Québec), alors que 28,9 % provient du **gouvernement fédéral** (gouvernement du Canada) et 14,2 % des administrations municipales ou régionales ou des **autres sources de financement public** comme par exemple les gouvernements étrangers. En 2000-2001, un organisme a reçu en moyenne 232 275 $ du gouvernement du Québec et 118 057 $ du gouvernement du Canada (tableau 3.1).

Tableau 3.1
Revenus de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001

	Total		Bas-Saint-Laurent		Capitale-Nationale		Montréal	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**27 665 583**		**1 994 151**		**12 074 178**		**13 597 254**	
Revenus autonomes	7 014 535	25,4	482 284	24,2	2 948 375	24,4	3 583 876	26,4
Financement privé	9 216 190	33,3	489 910	24,6	5 049 554	41,8	3 676 726	27,0
Financement public	11 434 858	41,3	1 021 957	51,2	4 076 249	33,8	6 336 652	46,6
Gouvernement fédéral	3 305 605	28,9	302 895	29,6	924 619	22,7	2 078 091	32,8
Gouvernement provincial[1]	6 503 702	56,9	584 398	57,2	2 637 656	64,7	3 281 648	51,8
Adm. mun., rég. ou autre source publique	1 625 551	14,2	134 664	13,2	513 974	12,6	976 913	15,4
Revenus moyens	**988 057**		**498 538**		**1 509 272**		**849 828**	
Revenus autonomes	250 519	...	120 571	...	368 547	...	223 992	...
Financement privé	329 150	...	122 478	...	631 194	...	229 795	...
Financement public	408 388	...	255 489	...	509 531	...	396 041	...
Gouvernement fédéral	118 057	...	75 724	...	115 577	...	129 881	...
Gouvernement provincial[1]	232 275	...	146 100	...	329 707	...	205 103	...
Adm. mun., rég. ou autre source publique	58 055	...	33 666	...	64 247	...	61 057	...
Nombre d'événements[2]	28		4		8		16	

1. Inclut le financement versé par la Société des événements majeurs internationaux du Québec (SEMIQ).
2. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 3.2

Revenus de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Total		Salons		Festivals en arts de la scène[1]		Événements à base d'expositions		Festivals de cinéma		Événements thématiques	
	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**27 665 583**		**3 532 512**		**14 702 707**		**1 872 046**		**5 221 091**		**2 337 227**	
Revenus autonomes	7 014 535	25,4	2 509 020	71,0	3 336 578	22,7	x	x	536 807	10,3	x	x
Financement privé	9 216 190	33,3	278 380	7,9	5 651 106	38,4	x	x	2 285 434	43,8	x	x
Financement public	11 434 858	41,3	745 112	21,1	5 715 025	38,9	1 298 725	69,4	2 398 850	45,9	1 277 148	54,6
Gouv. fédéral	3 305 805	28,9	x	x	1 546 326	27,1	x	x	767 650	32,0	364 946	28,6
Gouv. provincial[2]	6 503 702	56,9	407 810	54,7	3 482 197	60,9	657 738	50,6	1 234 457	51,5	721 500	56,5
Adm. mun., régionale ou autre source publique	1 625 551	14,2	x	x	686 502	12,0	x	x	396 743	16,5	190 700	14,9
Revenus moyens	**988 057**		**883 128**		**1 470 271**		**624 015**		**652 636**		**779 076**	
Revenus autonomes	250 519	...	627 255	...	333 658	...	x	...	67 101	...	x	...
Financement privé	329 150	...	69 595	...	565 111	...	x	...	285 679	...	x	...
Financement public	408 388	...	186 278	...	571 503	...	432 908	...	299 856	...	425 715	...
Gouv. fédéral	118 057	...	x	...	154 633	...	x	...	95 956	...	121 649	...
Gouv. provincial[2]	232 275	...	101 953	...	348 220	...	219 246	...	154 307	...	240 500	...
Adm. mun., régionale ou autre source publique	58 055	...	x	...	68 650	...	x	...	49 593	...	63 567	...
Nombre d'événements[3]	28		4		10		3		8		3	

1. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.

2. Inclut le financement versé par la Société des événements majeurs internationaux du Québec (SEMIQ).

3. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.

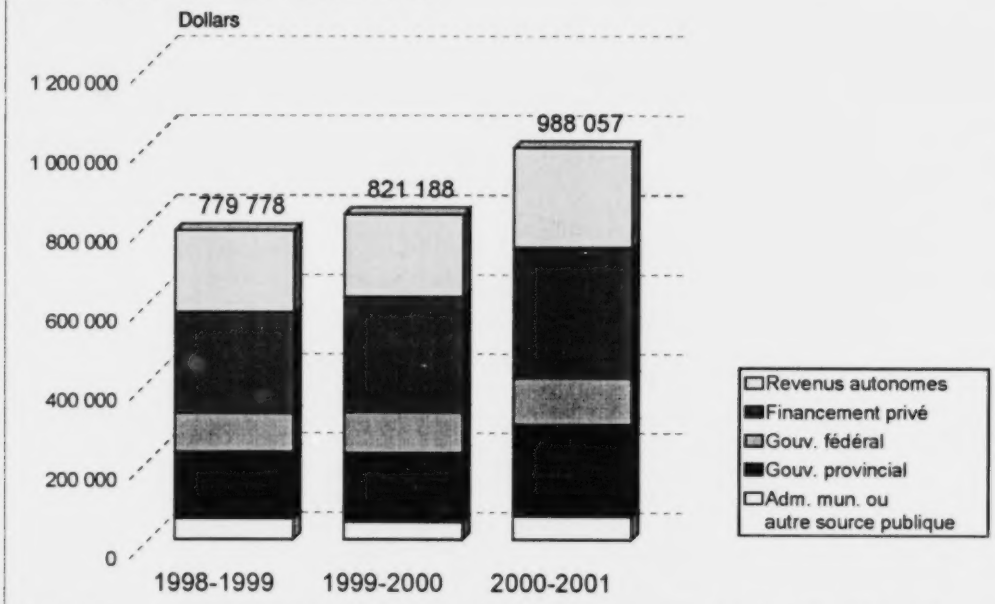
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.1.2 Progression des revenus moyens depuis 1998-1999

Les résultats de l'enquête indiquent que le revenu moyen d'un événement a progressé de 27 % au cours des trois derniers exercices, passant de 779 778 $ en 1998-1999 à 988 057 $ en 2000-2001. On constate par ailleurs que la répartition des revenus selon leur différentes sources de provenance (revenus autonomes, financement privé, aide fédérale, aide provinciale, autre aide publique) est restée très semblable au cours de trois derniers exercices (tableau 3.3).

Figure 3.2

Revenus moyens des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001.*

Tableau 3.3

Revenus de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001

	1998-1999		1999-2000		2000-2001	
	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**20 274 216**		**23 814 452**		**27 685 583**	
Revenus autonomes	5 327 168	26,3	6 032 278	25,3	7 014 535	25,4
Financement privé	6 642 814	32,8	8 441 496	35,4	9 216 190	33,3
Financement public	8 304 234	41,0	9 340 678	39,2	11 434 858	41,3
Gouvernement fédéral	2 512 992 [1]	30,5 [1]	2 995 143	32,1	3 305 605	28,9
Gouvernement provincial[2]	4 378 550 [1]	53,2 [1]	5 049 436	54,1	6 503 702	56,9
Adm. mun., régionale ou autre source publique	1 344 050 [1]	16,3 [1]	1 296 099	13,9	1 625 551	14,2
Revenus moyens	**779 778**		**821 189**		**988 057**	
Revenus autonomes	204 891	...	208 010	...	250 519	...
Financement privé	255 493	...	291 086	...	329 150	...
Financement public	319 394	...	322 092	...	408 388	...
Gouvernement fédéral	100 520 [1]	...	103 281	...	118 057	...
Gouvernement provincial[2]	175 142 [1]	...	174 118	...	232 275	...
Adm. mun., régionale ou autre source publique	53 762 [1]	...	44 693	...	58 055	...
Nombre d'événements	26		29		28	

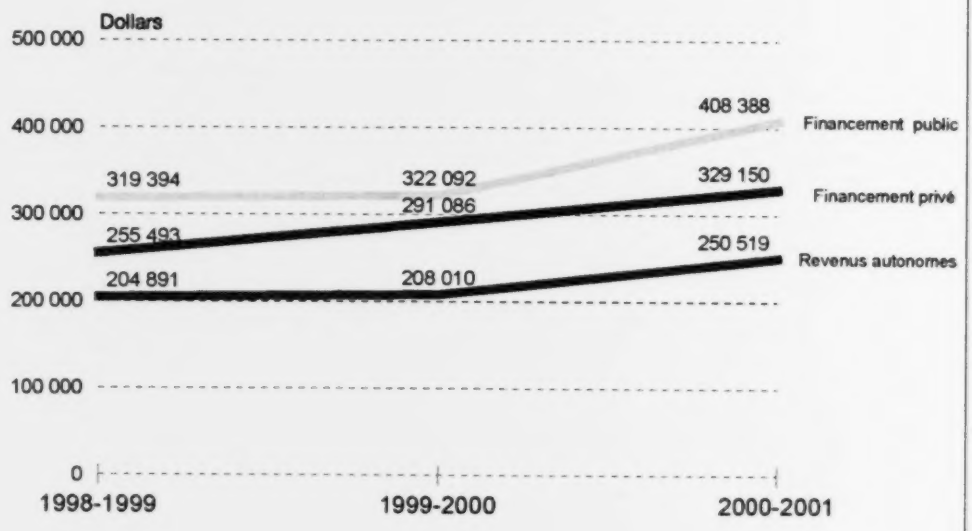
1. Donnée pour 25 événements seulement.

2. Inclut le financement versé par la Société des événements majeurs internationaux du Québec (SEMIQ).

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001.*

Figure 3.3

Évolution des revenus moyens des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.2 Les revenus tirés de programmes d'emploi

Une part du financement versé aux événements culturels par les administrations publiques l'est sous forme de programmes d'emploi. Les données du tableau 3.4 indiquent qu'en 2000-2001, les revenus tirés de ces programmes représentent environ 6 % du financement public total reçu par les événements culturels. En moyenne, les revenus tirés des programmes d'emploi sont de 22 965 $ par événement. De ce montant, 95,8 % provient du gouvernement du Québec et 4,2 % du gouvernement du Canada (tableau 3.4).

On constate par ailleurs que les revenus tirés de programmes d'emploi sont en moyenne beaucoup plus faibles pour les événements de la Capitale-Nationale (3 096 $ par événement) que pour ceux de Montréal (31 394 $ par événement) ou ceux du Bas-Saint-Laurent (30 990 $ par événement) (tableau 3.4).

Tableau 3.4

Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, selon la région des événements, Québec, 2000-2001

	Total		Bas-Saint-Laurent		Capitale-Nationale		Montréal	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Total								
Financement public	11 343 694		930 793		4 076 249		6 336 652	
Financement tiré de programmes d'emploi	620 045	5,5	92 971	10,0	24 770	0,6	502 304	7,9
Programmes d'emploi fédéraux	25 829	4,2	x	x	x	x	10 880	2,2
Programmes d'emploi provinciaux	594 216	95,8	x	x	x	x	491 424	97,8
Moyenne par événement								
Financement public	420 137		310 264		509 531		396 041	
Financement tiré de programmes d'emploi	22 965	...	30 990	...	3 096	...	31 394	...
Programmes d'emploi fédéraux	957	...	x	...	x	...	680	...
Programmes d'emploi provinciaux	22 008	...	x	...	x	...	30 714	...
Nombre d'événements	27		3		8		16	

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 3.5

Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Total		Salons		Festivals en arts de la scène[1]		Événements à base d'expositions		Festivals de cinéma		Événements thématiques	
	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%
Total												
Financement public	11 343 694		653 948		5 715 025		1 298 725		2 398 850		1 277 146	
Financement de programmes d'emploi	620 045	5,5	–	–	272 498	4,8	132 283	10,2	188 818	7,9	26 446	2,1
Programmes d'emploi fédéraux	25 829	4,2	–	–	9 688	3,6	x	x	11 650	6,2	x	x
Programmes d'emploi provinciaux	594 216	95,8	–	–	262 810	96,4	x	x	177 168	93,8	x	x
Moyenne par événement												
Financement public	420 137	...	217 983	...	571 503	...	432 908	...	299 856	...	425 715	...
Financement de programmes d'emploi	22 965	...	–	...	27 250	...	44 094	...	23 602	...	8 815	...
Programmes d'emploi fédéraux	957	...	–	...	969	...	x	...	1 456	...	x	...
Programmes d'emploi provinciaux	22 008	...	–	...	26 281	...	x	...	22 146	...	x	...
Nombre d'événements	27		3		10		3		8		3	

1 Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.

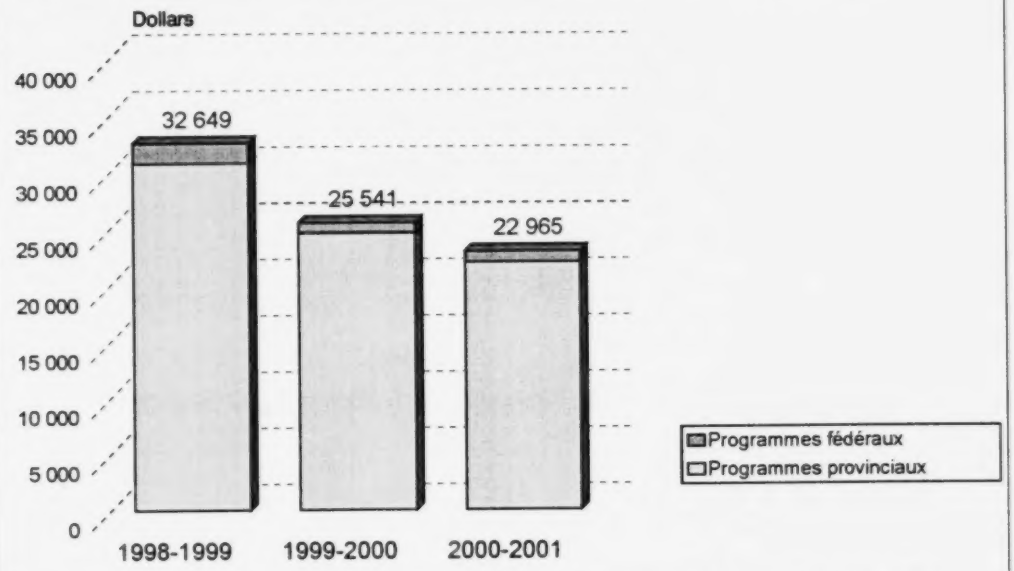
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.2.1 Évolution des revenus tirés de programmes d'emploi depuis 1998-1999

Les résultats de l'enquête indiquent aussi une diminution de l'aide publique versée sous forme de programmes d'emploi au cours des trois derniers exercices. Ainsi, les revenus tirés de programmes d'emploi qui étaient de 32 649 $ par événement en 1998-1999 sont descendus à 22 965 $ en 2000-2001, ce qui représente une diminution de 30% (tableau 3.6).

Figure 3.4

Financement moyen tiré de programmes d'emploi pour les événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 3.6

Financement tiré de programmes d'emploi pour certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001

	1998-1999		1999-2000		2000-2001	
	$	%	$	%	$	%
Total						
Financement public	8 235 592		9 079 634		11 343 694	
Financement tiré de programmes d'emploi	816 232	9,9	689 615	7,6	620 045	5,5
Programmes d'emploi fédéraux	45 000	5,5	24 516	3,6	25 829	4,2
Programmes d'emploi provinciaux	771 232	94,5	665 099	96,4	594 216	95,8
Moyenne par événement						
Financement public	329 424		336 283		420 137	
Financement tiré de programmes d'emploi	32 649	..	25 541	..	22 965	..
Programmes d'emploi fédéraux	1 800	..	908	..	957	..
Programmes d'emploi provinciaux	30 849	..	24 633	..	22 008	..
Nombre d'événements	25		27		27	

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*

3.3 La provenance du financement privé (régionale, nationale ou hors Québec)

Lors de l'enquête, les répondants devaient indiquer, en pourcentage, les proportions du financement privé de leur événement provenant respectivement de sources locales ou régionales, de sources nationales et enfin d'autres sources (autres provinces ou pays). Les pourcentages recueillis ne sont pas forcément des pourcentages exacts; il peut s'agir, dans le cas de certains répondants, d'une évaluation. Vingt-quatre

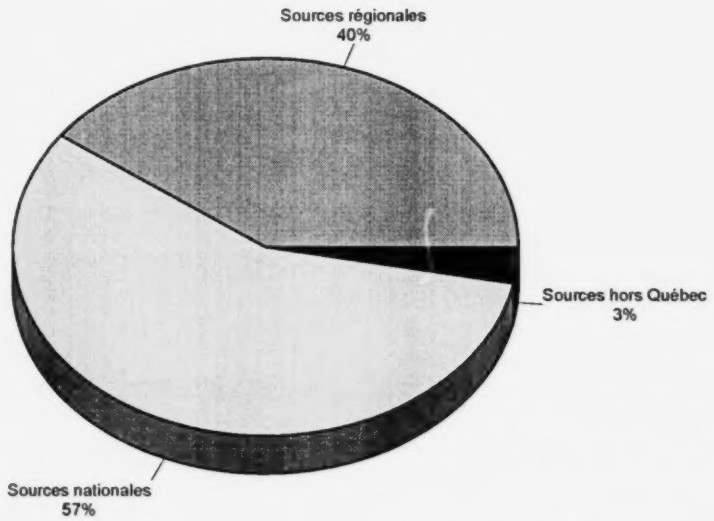
événements ont répondu à cette question. Les résultats obtenus indiquent que 40 % des revenus privés de l'ensemble de ces 24 événements provient de sociétés ou d'entreprises locale ou régionales, alors que 57 % provient de sources nationales (sociétés ou entreprises ayant des établissements dans plus d'une région du Québec) et 3 % de sources hors Québec (tableau 3.7).

Les données montrent que le financement privé provenant de sources nationales est particulièrement élevé pour les événements de la Capitale-Nationale (79 %) comparativement à celui des événements du Bas-Saint-Laurent (52 %) ou de Montréal (24 %) (tableau 3.7). Ce résultat pourrait être lié à un déséquilibre au niveau de la taille respective des événements composant chacun des sous-groupes régionaux (voir explication donnée au début de la section 3.1).

Figure 3.5

Provenance du financement privé des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

24 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 3.7

Proportion du financement privé de certains événements culturels provenant de différentes sources, selon la région des événements, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Sources locales ou régionales[1]	%	40	48	18	71
Sources nationales[2]	%	57	52	79	24
Sources hors Québec	%	3	–	3	5
Événements	n	24	4	7	13

1. Pour les fins de l'enquête, les « sources locales ou régionales » sont des sociétés ou des entreprises ayant des établissements dans une seule région administrative du Québec.

2. Les « sources nationales » sont des sociétés ou des entreprises ayant des établissements dans plus d'une région du Québec.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 3.8

Proportion du financement privé de certains événements culturels provenant de différentes sources, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Salons	Festivals en arts de la scène[1]	Événements à base d'expositions	Festivals de cinéma	Événements thématiques
Sources locales ou régionales[2]	%	40	48	27	70	66	...
Sources nationales[3]	%	57	52	70	30	29	...
Sources hors Québec	%	3	–	3	–	5	...
Événements	n	24	4	9	3	8	–

1. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.
2. Pour les fins de l'enquête, les « sources locales ou régionales » sont des sociétés ou des entreprises ayant des établissements dans une seule région administrative du Québec.
3. Les « sources nationales » sont des sociétés ou des entreprises ayant des établissements dans plus d'une région du Québec.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

3.4 La recherche de financement

Tel qu'expliqué dans la section 6.2 du présent rapport, la collecte des informations auprès des 32 organismes à l'étude s'est faite selon deux modes distincts. Les répondants devaient, d'une part, remplir un questionnaire de type postal contenant essentiellement des données chiffrées et, d'autre part, remplir un questionnaire administré en face à face par un enquêteur de l'OCC, en vue de livrer des informations de type qualitatif (voir ces deux questionnaires en annexe). Les informations recherchées dans le questionnaire qualitatif concernaient principalement les démarches que font les organismes promoteurs en vue d'obtenir du financement pour leur événement. La présente section expose les résultats obtenus pour ce thème.

3.4.1 L'investissement en temps

Il appert que la recherche de financement privé et public exige un investissement en temps qui est considérable pour la plupart des événements à l'étude. Ainsi, en moyenne, un organisme promoteur investit 1 682 heures (ou 240 jours) de travail par année dans la recherche et la gestion du financement privé et public de l'événement (tableau 3.9). Cette somme d'heures provient du travail d'employés (1 465 heures par événement en moyenne) et du travail de sous-traitants externes (217 heures en moyenne). Cet investissement en temps est important puisqu'il correspond grosso modo au travail fourni par un travailleur à temps plein durant une année.

Tableau 3.9

Temps consacré par certains événements culturels à la recherche de financement[1], Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Temps moyen consacré à la recherche de financement[2]	**h**	**1 682**	**429**	**1 752**	**2 023**
Temps moyen consacré par des employés[2]	h	1 465	x	x	1 764
Temps moyen consacré par des sous-traitants[2]	h	217	x	x	260
Événements	n	30	4	8	18

1. Il s'agit de la recherche de financement privé et public.
2. Dans une (1) année.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

La recherche de financement est en général effectuée par des employés des organismes promoteurs, mais une partie de ce travail peut aussi être confiée à des sous-traitants qui ne sont pas des employés réguliers. Ainsi, sur 32 organismes à l'étude, 14 ont impliqué des sous-traitants dans la recherche de financement. Les raisons évoquées pour avoir eu recours à des sous-traitants sont le manque de ressources humaines et/ou le besoin de faire appel à un spécialiste dans le domaine. **Dans la majorité des cas** (10/14)**, c'est pour la recherche de financement privé que les organismes ont fait appel aux services de sous-traitants**. Les informations fournies par 12 organismes permettent d'évaluer à environ 14 000 $ le montant moyen déboursé pour les services de ces sous-traitants. Mentionnons qu'une des formes de rémunération utilisées consiste à verser au sous-traitant une commission calculée à partir du montant de financement que ce dernier a réussi à amasser.

3.4.2 Les commanditaires associés aux événements

En ce qui concerne le financement privé, la majorité des organismes à l'étude (23/32) ont affirmé qu'ils ciblent certains types particuliers d'entreprises ou de sociétés lorsqu'ils recherchent des commandites. Les entreprises ou sociétés ciblées sont celles qui ont un lien avec le thème de l'événement (10/32), qui sont réputées s'intéresser au secteur culturel (9/32), qui peuvent offrir des commandites sous forme de produits ou de services (6/32), dont le produit ou le service a une affinité avec le segment de consommateurs visé par l'événement (5/32), dont le service ou le produit ne crée pas de controverse au sein du public (2/32), qui sont installées dans la région de l'événement (2/32), qui sont des sociétés d'État (1/32).

Dans la majorité des cas (26/32), les entreprises et les sociétés qui commanditent les événements ne changent pas d'une année à l'autre ou varient faiblement. Seuls six événements sur 32 ont affirmé que leurs commanditaires variaient beaucoup d'une année à l'autre. La durée des ententes de financement conclues avec les commanditaires est en général d'une édition pour la plupart des événements (29/32). Certains organismes ont déjà obtenu, cependant, des ententes pour deux éditions (2/32), trois éditions (7/32) ou quatre éditions (1/32). La somme versée par un commanditaire qui renouvelle son soutien a tendance à augmenter d'une année à l'autre, mais elle peut aussi diminuer. Trois promoteurs ont affirmé avoir déjà vécu cette situation.

Parmi les commanditaires qui financent plus d'un des 32 événements à l'étude, on retrouve les sociétés suivantes : Hydro-Québec, Loto-Québec, Telus Québec, la Société des alcools du Québec, Bell, La Presse, le Conseil des arts Du Maurier, Radio-Canada, Télé-Québec, Desjardins, la Banque nationale, Le Devoir, le Journal Voir, TVA, Molson, McAuslan, Vision Globale, Montréal Plus.ca.

3.4.3 Les difficultés liées à la recherche de financement privé

On a demandé aux organismes promoteurs quels genres d'obstacles ils rencontraient dans leurs démarches pour trouver des commanditaires ou augmenter le niveau de financement privé de leur événement. Le tableau 3.10 présente la liste des phénomènes invoqués pour expliquer que la recherche de financement privé est ardue.

Tableau 3.10
Difficultés liées à la recherche de financement privé pour les événements culturels, Québec, 2000-2001

	Fréquence
La visibilité offerte par l'événement n'atteint pas les exigences des commanditaires.	12/32
L'organisme promoteur manque de ressources pour faire la promotion de l'événement auprès de commanditaires potentiels.	10/32
Le public cible de l'événement n'est pas attrayant aux yeux des commanditaires.	6/32
Le bassin des entreprises et des sociétés qui commanditent le secteur culturel est restreint (voire saturé), ce qui rend difficile la recherche de nouveaux partenariats.	6/32
Les commanditaires potentiels subissent des coupures ou des restrictions budgétaires.	5/32
L'événement est récent et peu connu.	4/32
Il est difficile d'entretenir des contacts à long terme avec les agents dans les entreprises et sociétés parce que ceux-ci sont sans cesse remplacés par de nouvelles personnes. La grande mobilité des agents en place fait que les contacts sont toujours à refaire.	4/32
L'organisme promoteur manque d'expertise dans la recherche de financement privé.	3/32
Les entreprises et les sociétés ciblées réorientent leurs politiques de financement.	3/32
Le type d'événement n'est pas attrayant aux yeux des commanditaires ciblés.	3/32
Les sièges sociaux des commanditaires potentiels sont à Montréal alors que l'organisme promoteur est en région.	2/32
C'est toujours à recommencer.	2/32
La commandite n'est pas une priorité pour les entreprises et les sociétés.	1/32
Les sièges sociaux des grandes entreprises sont hors Québec.	1/32
Le développement de financement privé implique un certain virage commercial qui n'est pas compatible avec la nature de l'événement.	1/32

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Par ailleurs, on a aussi demandé aux organismes promoteurs quels motifs leurs étaient donnés par leurs commanditaires pour expliquer la stagnation, la diminution ou la cessation du soutien financier. Dans de nombreux cas (16/32), le commanditaire a expliqué au promoteur que son budget était limité ou qu'il avait subi des coupures. Les commanditaires affirment aussi qu'ils sont fortement sollicités (11/32) ou que la conjoncture économique est défavorable (5/32). Certains commanditaires disent avoir modifié leurs politiques concernant les secteurs qu'ils choisissent d'appuyer financièrement (4/32).

Il arrive aussi que les problèmes évoqués par les commanditaires concernent directement l'événement. Le commanditaire trouve que la visibilité de l'événement insuffisante ou qu'une meilleure visibilité est possible avec d'autres événements (5/32) ou encore il explique ses réserves par le fait que le public cible de l'événement ne correspond plus au sien (4/32) ou qu'il a élaboré une nouvelle campagne de marketing qui n'est plus compatible avec l'événement (3/32).

4.1 La répartition des dépenses

4.1.1 Les dépenses totales

Les dépenses de l'ensemble des 28 événements ayant eu lieu en 2000-2001 atteignent 26,8 millions de dollars pour une moyenne de 955 869 $ par événement. Comme dans le cas des revenus, les données de l'enquête indiquent un écart assez important entre les dépenses moyennes des événements de Montréal (810 796 $), celles des événements de la Capitale-Nationale (1 488 447 $) et celles des événements du Bas-Saint-Laurent (471 003 $) (tableau 4.1). Ce résultat est vraisemblablement dû à un déséquilibre au niveau de la taille respective des événements qui composent chacun des sous-groupes régionaux.

On constate, par ailleurs, que les festivals en arts de la scène constituent le type d'événement ayant les dépenses les plus importantes, soit 1 469 976 $ en moyenne par événement comparativement à 833 491 $ pour les salons (au second rang) ou à 766 700 $ pour les événements thématiques (au troisième rang) (tableau 4.2).

4.1.2 Les postes de dépenses

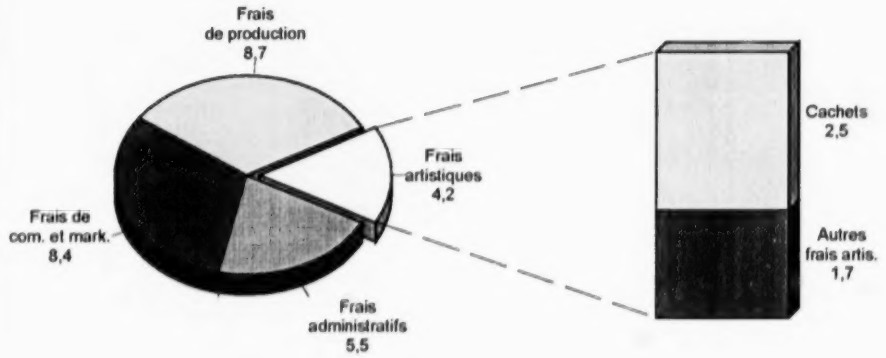
Les 26,8 millions de dollars dépensés par l'ensemble des 28 événements de 2000-2001 ont été consacrés à différents postes regroupés, pour les fins de l'enquête, en quatre catégories : les frais artistiques (15,6 % des dépenses totales), les frais de production (32,3 %), les frais de communication et de mise en marché (31,5 %) et les frais administratifs (20,5 %).

Les **frais artistiques** concernent l'achat de spectacles ou de prestations, les cachets aux artistes, le paiement de redevances de droits d'auteur, etc. Les frais artistiques d'un événement en 2000-2001 sont de 149 295 $ en moyenne, dont 60,9 % en cachets versés directement à des artistes. Les **frais de production** englobent pour leur part la rémunération du personnel technique, logistique, de sécurité et de billetterie, les frais de déplacement et d'hébergement des artistes et du personnel de production, la location de salles ou de lieux, les assurances, les frais de transport, etc. Ce type de dépenses est en moyenne de 309 189 $ par événement en 2000-2001. Les **frais de communication et de mise en marché** (publicité, promotion, placement média, rémunération du personnel de communication et de mise en marché, etc.) sont en moyenne de 301 129 $ par événement. Enfin, les **frais administratifs** (rémunération du personnel administratif, loyer et entretien des locaux administratifs, charges patronales, fournitures de bureau, frais bancaires, taxes, intérêts, télécommunications, impôts sur les bénéfices, etc.) représentent en moyenne 196 256 $ par événement en 2000-2001 (tableau 4.1).

Figure 4.1

Dépenses des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

28 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001.*

Tableau 4.1

Dépenses de certains événements culturels selon la région, Québec, 2000-2001

	Total		Bas-Saint-Laurent		Capitale-Nationale		Montréal	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Dépenses totales	**26 764 321**		**1 884 013**		**11 907 578**		**12 972 730**	
Frais artistiques	4 180 261	15,6	263 782	14,0	1 964 931	16,5	1 951 548	15,0
Cachets[1]	2 456 135 [2]		x		x		583 461 [3]	
Frais de production	8 657 301	32,3	558 171	29,6	2 978 116	25,0	5 121 014	39,5
Frais de communication et de mise en marché	8 431 599	31,5	591 798	31,4	4 369 896	36,7	3 469 905	26,7
Frais administratifs	5 495 160	20,5	470 262	25,0	2 594 635	21,8	2 430 263	18,7
Dépenses moyennes	**955 869**		**471 003**		**1 488 447**		**810 796**	
Frais artistiques	149 295	...	65 946	...	245 616	...	121 972	...
Cachets[1]	90 968 [2]		x		x		38 897 [3]	
Frais de production	309 189	...	139 543	...	372 265	...	320 063	...
Frais de communication et de mise en marché	301 129	...	147 950	...	546 237	...	216 869	...
Frais administratifs	196 256	...	117 566	...	324 329	...	151 891	...
Frais de communication par visiteur[4]	**3,66**	**...**	**3,93**	**...**	**2,82**	**...**	**5,72**	**...**
Nombre d'événements	28 [5]		4		8		16	

1. Cachets versés directement par l'événement à des artistes.
2. Donnée pour 27 événements seulement.
3. Donnée pour 15 événements seulement.
4. Les frais de communication par visiteur ont été calculés à l'aide des données du tableau 2.1.
5. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 4.2

Dépenses de certains événements culturels selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Total		Salons		Festivals en arts de la scène[1]		Événements à base d'expositions		Festivals de cinéma		Événements thématiques	
	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%	$	%
Dépenses totales	**26 764 321**		**3 333 965**		**14 699 755**		**1 801 056**		**4 629 444**		**2 300 101**	
Frais artistiques	4 180 261	15,6	169 811	5,1	2 816 191	19,2	x	x	548 638	11,9	x	x
Cachets[2]	2 456 135 [3]		164 610		1 853 831 [4]		105 895		80 550		251 249	
Frais de production	8 657 301	32,3	1 495 723	44,9	3 861 566	26,3	x	x	1 638 236	35,4	x	x
Frais de communication et de mise en marché	8 431 599	31,5	940 406	28,2	5 143 772	35,0	449 638	25,0	1 249 093	27,0	648 690	28,2
Frais administratifs	5 495 160	20,5	728 025	21,8	2 878 226	19,6	304 229	16,9	1 193 477	25,8	391 203	17,0
Dépenses moyennes	**955 869**		**833 491**		**1 469 976**		**600 352**		**578 681**		**766 700**	
Frais artistiques	149 295	...	42 453	...	281 619	...	x	...	68 580	...	x	...
Cachets[2]	90 968 [3]		41 153		205 981 [4]		35 298		10 069		83 750	
Frais de production	309 189	...	373 931	...	386 157	...	x	...	204 780	...	x	...
Frais de communication et de mise en marché	301 129	...	235 102	...	514 377	...	149 879	...	156 137	...	216 230	...
Frais administratifs	196 256	...	182 006	...	287 823	...	101 410	...	149 185	...	130 401	...
Frais de com. par visiteur[5]	**3,66**	...	**3,11**	...	**6,02**	...	**3,19**	...	**8,23**	...	**0,76**	...
Nombre d'événements	28 [6]		4		10		3		8		3	

1. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.
2. Cachets versés directement par l'événement à des artistes.
3. Donnée pour 27 événements seulement.
4. Donnée pour 9 événements seulement.
5. Les frais de communication par visiteur ont été calculés à l'aide des données du tableau 2.2.
6. Sur les 32 organismes enquêtés, 28 ont présenté une édition de leur événement au cours de l'année financière 2000-2001.

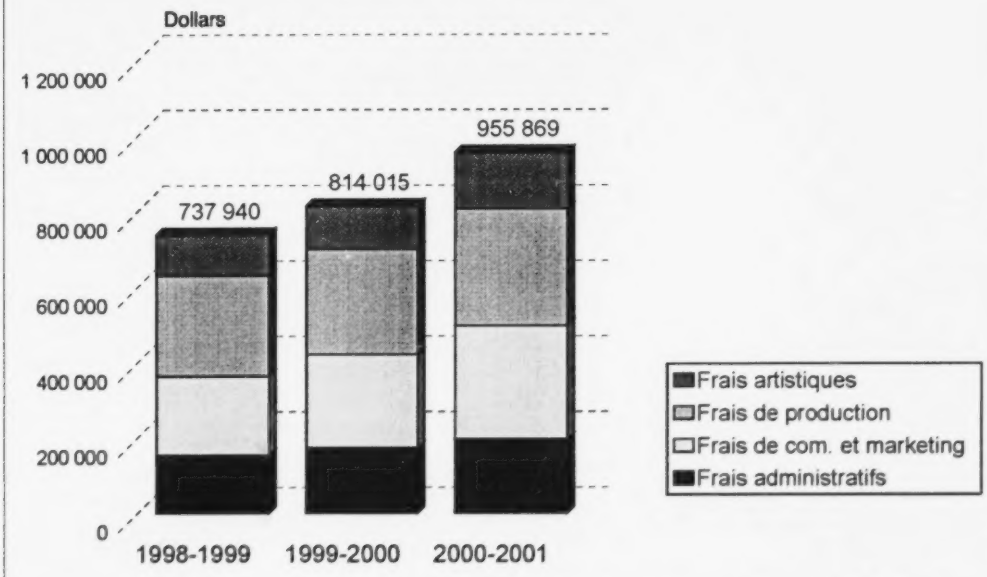
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

4.1.3 Progression des dépenses moyennes depuis 1998-1999

Les données du tableau 4.3 indiquent que les dépenses moyennes d'un événement ont augmenté de 23 % au cours des trois derniers exercices, passant de 737 940 $ en 1998-1999 à 955 869 $ en 2000-2001.

Figure 4.2

Dépenses moyennes des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 4.3

Dépenses de certains événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001

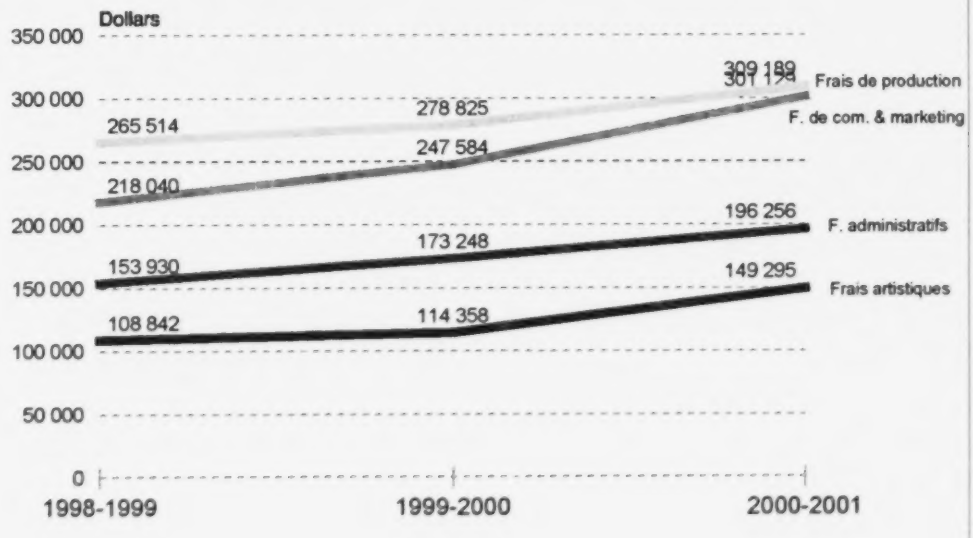
	1998-1999		1999-2000		2000-2001	
	$	%	$	%	$	%
Dépenses totales	**19 186 431**		**23 606 441**		**28 764 321**	
Frais artistiques	2 829 889	14,7	3 316 387	14,0	4 180 261	15,6
Cachets[1]	1 475 313 [2]		2 054 457 [3]		2 456 135 [3]	
Frais de production	6 903 367	36,0	8 085 927	34,3	8 657 301	32,3
Frais de communication et de mise en marché	5 450 994 [4]	28,4	7 179 938	30,4	8 431 599	31,5
Frais administratifs	4 002 181	20,9	5 024 189	21,3	5 495 160	20,5
Dépenses moyennes	**737 940**		**814 015**		**955 869**	
Frais artistiques	108 842	...	114 358	...	149 295	...
Cachets[1]	67 060 [2]		76 091 [3]		90 968 [3]	
Frais de production	265 514	...	278 825	...	309 189	...
Frais de communication et de mise en marché	218 040 [4]	...	247 584	...	301 129	...
Frais administratifs	153 930	...	173 248	...	196 256	...
Nombre d'événements	26		29		28	

1. Cachets versés directement par l'événement à des artistes.
2. Donnée pour 22 événements seulement.
3. Donnée pour 27 événements seulement.
4. Donnée pour 25 événements seulement, le 26e événement ayant inclus ses frais de communication et de mise en marché dans les frais administratifs.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Figure 4.3

Évolution des dépenses moyennes des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 1998-1999 à 2000-2001



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

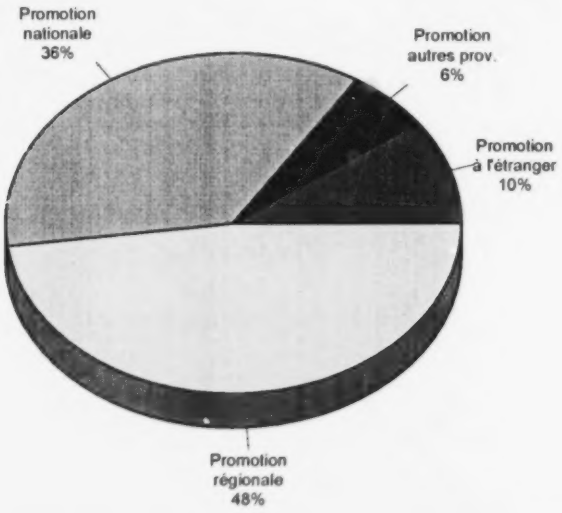
4.2 Les marchés ciblés par les dépenses de promotion

Lors de l'enquête, on a demandé aux organismes promoteurs de ventiler, en pourcentage, les dépenses de promotion de leur événement selon qu'elles étaient consacrées à la promotion locale ou régionale, à la promotion nationale (c'est-à-dire dans l'ensemble du Québec), à la promotion dans les autres provinces canadiennes ou à la promotion à l'étranger. Les pourcentages qui ont ainsi été recueillis ne sont pas forcément des pourcentages exacts : il peut s'agir, dans le cas de certains répondants, d'une évaluation. Vingt-et-un événements ont répondu à cette question. Les résultats obtenus indiquent que près de la moitié (48 %) des dépenses de promotion de l'ensemble de ces 21 événements est consacrée au marché local ou régional alors que 36 % de ces dépenses est consacré au marché national, 6 % au marché des autres provinces canadiennes et 10 % au marché étranger (tableau 4.4).

Figure 4.4

Dépenses de promotion des événements ayant participé à l'Enquête sur les festivals et événements culturels, Québec, 2000-2001

21 événements



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Les résultats montrent aussi qu'en 2000-2001, les événements du Bas-Saint-Laurent ont consacré une part plus importante de leurs dépenses de promotion au marché canadien hors Québec (14 %) que ne l'ont fait les événements de la Capitale-Nationale (5 % de leurs dépenses de promotion) ou de Montréal (5 % de leurs dépenses de promotion) (tableau 4.4). En ce qui concerne les différents types d'événements, les festivals de cinéma sont les champions de la promotion locale ou régionale avec 71 % de leurs dépenses de promotion consacrées à ce marché, comparativement à 57 % pour les salons, 44 % pour les festivals en arts de la scène et 28 % pour les événements à base d'expositions (tableau 4.5).

Tableau 4.4

Proportion des dépenses de promotion de certains événements allouées à différents marchés, selon la région des événements, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Bas-Saint-Laurent	Capitale-Nationale	Montréal
Promotion locale ou régionale	%	48	36	47	52
Promotion nationale (au Québec)	%	36	43	37	34
Promotion dans les autres provinces canadiennes	%	6	14	5	5
Promotion à l'étranger	%	10	7	11	9
Événements	n	21	4	4	13

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Tableau 4.5

Proportion des dépenses de promotion de certains événements allouées à différents marchés, selon le type d'événement, Québec, 2000-2001

	Unité	Total	Salons	Festivals en arts de la scène[1]	Événements à base d'expositions	Festivals de cinéma	Événements thématiques
Promotion locale ou régionale	%	48	57	44	28	71	...
Promotion nationale (au Québec)	%	36	43	36	50	23	...
Promotion dans les autres provinces canadiennes	%	6	–	7	10	3	...
Promotion à l'étranger	%	10	–	13	12	3	...
Événements	n	21	4	8	3	6	–

1. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

5.1 Le travail rémunéré

En moyenne, un événement culturel a versé 344 647 $ en salaires, honoraires et cachets pour une année où l'événement a eu lieu (soit en 2000-2001 ou en 1999-2000), et le nombre moyen de personnes rémunérées est de 111 (ce qui inclut aussi bien les employés que les travailleurs payés sous forme d'honoraires ou de cachets). Sur ces 111 travailleurs, 2,8 en moyenne ont été rémunérés à partir de programmes d'emploi (le nombre total de personnes rémunérées à partir de programmes d'emploi étant de 88 pour l'ensemble des 32 événements à l'étude) (tableau 5.1). L'embauche de travailleurs via des programmes d'emploi est plus faible dans la Capitale-Nationale : 0,9 travailleur par événement en moyenne, comparativement à 3,5 pour le Bas-Saint-Laurent et 3,5 pour Montréal (tableau 5.1).

Tableau 5.1

Emploi[1] de certains événements culturels selon la région des événements, Québec, 2000-2001

	Unité	Total		Bas-Saint-Laurent		Capitale-Nationale		Montréal	
		Total	Moy. par événement	Total	Moy. par événement	Total	Moy. par événement	Total	Moy. par événement
Travail rémunéré									
Salaires, cachets et honoraires versés	$	10 339 407 [2]	344 647	519 912	129 978	5 214 747	579 416	4 604 748 [3]	270 868
Nombre de personnes rémunérées[4]	n	3 010 [5]	111	120	30	1 427 [6]	204	1 463 [7]	91
Nombre de personnes rémunérées à partir de programmes d'emploi	n	88	2,8	14	3,5	8	0,9	66	3,5
Bénévolat									
Nombre de bénévoles	n	2 044	64	725	181	710	79	609	32
Contribution des bénévoles	jours	16 592	519	5 605	1 401	7 960	884	3 027	159
Événements	n	32		4		9		19	

1. Il s'agit des données d'emploi lors de la dernière édition de l'événement, peu importe que celle-ci ait eu lieu en 2000-2001 ou en 1999-2000.
2. Donnée pour 30 événements seulement.
3. Donnée pour 17 événements seulement.
4. Inclut les employés et les travailleurs rémunérés par honoraires ou cachets.
5. Donnée pour 27 événements seulement.
6. Donnée pour 7 événements seulement.
7. Donnée pour 16 événements seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

5.2 Le bénévolat

Les 32 organismes à l'étude ont, ensemble, eu recours à 2 044 personnes bénévoles pour la dernière édition de leur événement, soit une moyenne de 64 bénévoles par événement. Cette moyenne est particulièrement élevée pour les événements du Bas-Saint-Laurent (181 bénévoles), comparativement à la moyenne obtenue pour les événements de Montréal (32 bénévoles) ou à celle obtenue pour les événements de la Capitale-Nationale (79 bénévoles) (tableau 5.1). On constate aussi que le nombre moyen de bénévoles est plus important pour certains types d'événements en particulier. Ainsi, les événements thématiques reçoivent l'aide de 127 bénévoles en moyenne, les salons de 88 bénévoles et les festivals de cinéma de 70 bénévoles, alors que les événements à base d'expositions emploient seulement 24 bénévoles (tableau 5.2).

La contribution bénévole moyenne reçue par un événement est très importante : elle représente 519 jours de travail (ou 104 semaines), ce qui équivaut au travail de deux employés à temps plein durant une année. Le nombre de jours fourni par les bénévoles d'un événement est extrêmement élevé dans le Bas-Saint-Laurent (1 401 jours) comparativement à celui fourni par les bénévoles d'un événement à Montréal (159 jours) (tableau 5.1).

Tableau 5.2

Emploi[1] de certains événements culturels selon le type d'événements, Québec, 2000-2001

		Total		Salons		Festivals en arts de la scène[2]		Événements à base d'expositions		Festivals de cinéma		Événements thématiques	
	Unité	Total	Moy. par évé.	Total	Moy. par évé.	Total	Moy. par évé.	Total	Moy. par évé.	Total	Moy. par évé.	Total	Moy. par évé.
Travail rémunéré													
Salaires, cachets et honoraires versés	$	10 339 407 [3]	344 647	x	x	6 352 139	529 345	927 922	185 584	1 829 554	228 694	x	x
Nb de personnes rémunérées[4]	n	3 010 [5]	111	x	x	2 483	207	174 [6]	44	180 [7]	26	x	x
Nb de personnes rémunérées à partir de programmes d'emploi	n	88	2,8	x	x	28	2,3	36	7,2	19	2,4	x	x
Bénévolat													
Nb de bénévoles	n	2 044	64	350	88	636	53	118	24	560	70	380	127
Contribution des bénévoles	j	16 592	519	505	126	5 923	494	953	191	2 069	259	7 142	2 381
Événements		32		4		12		5		8		3	

1. Il s'agit des données d'emploi lors de la dernière édition de l'événement, peu importe que celle-ci ait eu lieu en 2000-2001 ou en 1999-2000.
2. Cette catégorie inclut les événements qui prennent la forme de foires commerciales ou de « vitrines » réservées aux acheteurs professionnels de spectacles.
3. Donnée pour 30 événements seulement.
4. Inclut les employés et les travailleurs rémunérés par honoraires ou cachets.
5. Donnée pour 27 événements seulement.
6. Donnée pour 4 événements seulement.
7. Donnée pour 7 événements seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, *Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Le présent chapitre expose la méthodologie de l'enquête. On y retrouve d'abord la description de la population, des questionnaires, du prétest et de la collecte des données. Il est ensuite question du traitement statistique, du traitement de la confidentialité et de l'appréciation globale des résultats.

6.1 La population de l'enquête

La population visée par la présente enquête est constituée de 32 événements culturels faisant partie d'un ensemble de 34 événements sélectionnés à l'origine par Festivals Montréal, l'organisme ayant commandé l'enquête à l'OCC. Cette sélection d'origine visait à créer un groupe d'événements qui se tiennent dans trois régions administratives du Québec (Bas-Saint-Laurent, Capitale-Nationale, Montréal) et qui appartiennent à différents types (salon, festival de cinéma, etc). Il est important de noter que la population de l'enquête (constituée des 32 événements retenus) ne couvre pas de manière exhaustive les trois régions ciblées et qu'elle n'est en rien représentative de l'ensemble des festivals et événements culturels qui se tiennent au Québec.

Les répondants pour cette enquête sont les organismes promoteurs de chacun des événements culturels qui constituent la population. Ces organismes ont pour la plupart leur siège social dans la région administrative où se déroule leur événement.

6.2 Les questionnaires

En vertu des besoins décrits par Festivals Montréal dans le devis de recherche à l'origine du projet (le document *État des lieux Dimension économique, notoriété et rayonnement*), l'OCC a recommandé que les informations soient recueillies selon deux modes : un questionnaire de type postal pour les informations chiffrées et un questionnaire administré en face à face pour les informations de nature qualitative. Ces deux questionnaires ont été élaborés par l'OCC, avec la collaboration de Festivals Montréal et de ses partenaires (le ministère de la Culture et des Communications et Tourisme Québec).

Le questionnaire de type postal (données chiffrées) a été conçu en fonction du mode de collecte suivant : envoi postal ou remise en mains propres du questionnaire à un représentant de l'organisme promoteur, suivi quelques semaines plus tard de la visite d'un enquêteur de l'OCC devant recueillir le questionnaire rempli. La version finale de ce questionnaire comprend 23 questions, représentant environ 300 variables, sur 12 pages (voir en annexe).

Le questionnaire de type « face à face » (données qualitatives) a été conçu en vue de pouvoir être rempli par écrit au cours d'une entrevue d'une trentaine de minutes accordée par le répondant à l'enquêteur de l'OCC, venu le rencontrer en personne. La version finale de ce questionnaire comprend une vingtaine de questions (voir en annexe).

6.3 Le prétest

Les deux questionnaires décrits ci-haut ont été prétestés dans le but de vérifier la capacité et la volonté des répondants à fournir l'information recherchée. Ce prétest visait aussi à vérifier la clarté des questions et des instructions soumises au répondant. Pour les fins du prétest, un échantillon de cinq organismes promoteurs, faisant partie de la population à l'étude, a été constitué. En premier lieu, des représentants de ces organismes ont reçu un appel téléphonique d'un agent de recherche de l'OCC qui leur a présenté l'enquête et a sollicité leur participation. Ils ont ensuite reçu par la poste un questionnaire accompagné d'une lettre. Dans les jours suivants, un enquêteur de l'OCC les a contacté à nouveau pour fixer un rendez-vous prévu quelques semaines plus tard. Finalement, à la date prévue, l'enquêteur s'est rendu dans les bureaux de l'organisme pour recueillir le questionnaire préalablement rempli et pour procéder à

une entrevue lors de laquelle le second questionnaire (données qualitatives) a été rempli. En aucun moment de la procédure, les cinq répondants n'ont été avisés qu'il s'agissait d'un prétest.

Aucun des organismes sollicités en prétest n'a refusé de participer à l'enquête et tous ont pris rendez-vous avec l'enquêteur de l'OCC. Cependant, un des cinq répondants choisis n'a pu remplir son questionnaire postal et rencontrer l'enquêteur à l'intérieur de la période fixée pour le prétest. Les quatre autres répondants ont dûment rempli leur questionnaire postal et l'entrevue en face à face à laquelle ils se sont livrés a permis d'obtenir l'information voulue. Précisons que la période de collecte du prétest était très courte (2½ semaines) par rapport à celle prévue pour l'enquête (7 semaines).

À la suite du prétest, l'OCC était confiant d'obtenir l'information recherchée auprès de l'ensemble de la population à l'étude. Les deux questionnaires ont été légèrement modifiés. Précisons que les résultats recueillis auprès des cinq organismes ciblés pour le prétest ont été intégrés au corpus de l'enquête.

6.4 La collecte des données

6.4.1 Les rencontres d'information

Afin de faciliter la collecte des données et de s'assurer de la participation de tous les organismes ciblés à l'origine, l'OCC a organisé quatre rencontres d'information pour présenter le projet aux futurs répondants, pour leur donner certaines instructions, leur remettre le questionnaire postal, leur présenter l'enquêteur et répondre à leurs questions. Les cinq organismes sollicités pour le prétest n'ont pas été conviés à cette rencontre puisqu'ils avaient déjà reçu l'information nécessaire. Les rencontres ont eu lieu le 30 octobre 2001 à Québec, le 31 octobre 2001 à Rimouski et les 1er et 2 novembre 2001 à Montréal. Vingt-deux organismes ont participé aux rencontres d'information. Les organismes absents ont été informés par téléphone dans les jours qui ont suivi et ils ont reçu le questionnaire par la poste.

6.4.2 Le déroulement de la collecte

La collecte des données s'est déroulée durant les mois de novembre 2001 à janvier 2002. L'enquêteur de l'OCC a rejoint par téléphone chacun des répondants et a fixé un rendez-vous avec lui. À la date convenue, il a rencontré ce répondant pour recueillir son questionnaire préalablement rempli et réaliser avec lui une entrevue en face à face au cours de laquelle le questionnaire qualitatif a été administré. Dans la majorité des cas, la rencontre a eu lieu dans les bureaux de l'organisme concerné. Dans quelques cas, cependant la rencontre s'est déroulée dans les locaux de l'ISQ ou dans un autre lieu. Environ la moitié des questionnaires chiffrés ont pu être recueillis tel que prévu au moment de la visite de l'enquêteur. Les autres répondants ayant omis de remplir leur questionnaire préalablement à la rencontre, l'enquêteur leur a demandé de poster leur questionnaire à l'OCC dans les meilleurs délais. Dans quelques cas, l'enquêteur a dû se rendre plus d'une fois dans un organisme parce que la personne avec qui le rendez-vous avait été pris se révélait incapable de répondre à toutes les questions du questionnaire qualitatif.

Au départ, c'est le directeur ou le responsable de l'événement culturel qui a, dans la plupart des cas, été invité à la rencontre d'information. Les personnes qui ont, par la suite, rempli le questionnaire chiffré sont soit cette même personne soit un autre membre de l'équipe administrative (adjoint administratif, comptable, directeur de l'administration, directeur des finances, président, agent de développement, contrôleur, etc.). Enfin, dans la très grande majorité des cas (29/32), la personne qui a répondu au questionnaire qualitatif était la même personne que celle qui avait rempli le questionnaire chiffré.

Le questionnaire qualitatif a été rempli par écrit au cours de l'entrevue, soit par le répondant lui-même, soit par l'enquêteur de l'OCC qui retranscrivait alors les réponses données verbalement par le répondant et vérifiait avec lui que la formulation écrite lui convenait. La durée moyenne des entrevues est d'environ 30 minutes.

Mentionnons que les répondants se sont en général montrés collaborateurs pour tout le processus de cueillette des données, mais que les démarches visant à prendre rendez-vous avec eux ont été laborieuses dans plusieurs cas. Par ailleurs, plusieurs rappels téléphoniques ont été nécessaires pour

inciter les répondants à remplir et à expédier le questionnaire chiffré qu'ils avaient omis de remettre à l'enquêteur lors de sa visite. Quelques répondants ont affirmé qu'ils avaient trouvé le questionnaire chiffré trop long à remplir. Enfin, en ce qui concerne les entrevues au cours desquelles le questionnaire qualitatif a été administré, elles ont donné lieu à des digressions de la part de certains répondants qui ont profité de la présence d'un représentant de l'OCC pour exprimer leurs doléances relativement aux liens que leur organisme entretient avec l'aide gouvernementale.

Les résultats de la collecte sont les suivants : sur les 34 organismes promoteurs ciblés à l'origine, 32 ont rempli et retourné leur questionnaire chiffré et ont répondu au questionnaire qualitatif. La date limite à laquelle les répondants devaient remettre leur questionnaire chiffré à l'OCC était le 14 décembre 2001. Dans les faits, la période de réception des questionnaires s'est étendue jusqu'au 21 janvier 2002.

6.5 La saisie et la validation des données

Les données chiffrées recueillies auprès des 32 organismes promoteurs ont été saisies dans un fichier Excel. Cette saisie a été effectuée par deux personnes différentes et a fait l'objet d'une contrevérification une fois terminée. En ce qui concerne la validation des données, une première vérification au moment de la saisie a permis de corriger certaines erreurs ou oublis évidents des répondants. Pour ce faire, il a été nécessaire de recontacter certains répondants par téléphone et de consulter la documentation complémentaire disponible (sites Web, états financiers, questionnaire qualitatif, et, dans quelques cas, étude de public, rapport annuel, pochette de presse ou programme).

L'OCC a aussi procédé à une validation des données en regard des états financiers officiels remis par les organismes en même temps que leur questionnaire chiffré. Cette opération a donné lieu dans quelques cas à de légères modifications des données déclarées. Précisons que la vérification faite à l'aide des états financiers est une vérification sommaire, le critère utilisé étant le suivant : pour chaque organisme examiné, les revenus totaux et les dépenses totales de l'événement déclarés dans le questionnaire devaient être conséquents avec les revenus totaux et les dépenses totales de l'organisme inscrits dans les états financiers. Des modifications ont été apportées uniquement lorsque l'inadéquation était évidente ou trop importante numériquement.

Le contenu des questionnaires qualitatifs a été compilé à la main. Pour chaque question, les réponses diverses données par les 32 répondants ont été regroupées sur la base de leur similarité, les principales options de réponses ont ainsi été dégagées et leur fréquence respective comptabilisée.

6.6 Le traitement statistique

Le traitement statistique requis pour cette enquête consistait essentiellement à calculer des sommations et des moyennes; ces calculs étant réalisés pour l'ensemble de la population ainsi que pour certains sous-groupes selon la région d'appartenance et selon le type d'événement. Ce traitement statistique a été effectué à l'aide du logiciel Excel, choisi pour sa facilité d'utilisation vu le nombre limité de répondants. Précisons que le traitement statistique visait non seulement à obtenir l'information qui fait l'objet du présent rapport mais il visait aussi à compiler les données requises pour évaluer les impacts économiques des dépenses d'opération des événements culturels à l'aide du modèle intersectoriel du Québec de l'ISQ. Les résultats de cette étude d'impact sont présentés dans un rapport distinct intitulé *Étude d'impact économique pour le Québec des dépenses d'opération reliées aux festivals et événements culturels 2000-2001*.

6.6.1 L'imputation de données manquantes

Bien que l'essentiel de l'information recherchée dans le questionnaire chiffré ait été obtenue auprès des 32 répondants, il demeure que plusieurs répondants ont été incapables de remplir un certain nombre de champs pour lesquels ils auraient dû inscrire une valeur. Or, pour les fins du présent rapport, aucune de ces « données manquantes » n'a été remplacée par une valeur estimée. Autrement dit, il n'y a pas eu

d'imputation de données et les chiffres qui apparaissent dans les différents tableaux du rapport ne représentent que les événements culturels ayant effectivement répondu.

6.7 Le traitement de la confidentialité

L'ISQ est tenu de protéger la confidentialité des renseignements fournis par les répondants. Une fois le traitement statistique terminé, on a donc examiné les tableaux produits afin de vérifier s'il y avait un risque de divulgation d'informations individuelles relatives à des répondants de l'enquête.

Les vérifications ont été faites pour certains tableaux de fréquence et tableaux de quantité comportant des variables dites sensibles (le montant du revenu, par exemple). Le contrôle de la divulgation consiste à s'assurer qu'un individu, quel qu'il soit, ne puisse utiliser les données publiées provenant de l'un de ces tableaux ou de toute autre source d'information disponible pour estimer les valeurs d'un répondant de façon trop précise.

Il existe des règles permettant d'identifier les variables qui présentent un risque de divulgation. La règle liée au seuil ainsi que la règle de prédominance ont été utilisées pour identifier les variables problématiques (ces règles sont elles-mêmes confidentielles). À la suite de cette identification, des techniques de masquage permettant de réduire le risque de divulgation ont été appliquées à certains tableaux.

6.8 La qualité des résultats

Tout résultat tiré d'enquêtes peut contenir des erreurs. Ces erreurs peuvent provenir de différentes sources : faible taux de réponse (globale ou partielle), questions difficiles à interpréter, erreurs de saisie, réponses fausses données (volontairement ou non) par les répondants. Il est important de tenter le plus possible de détecter leur présence et d'évaluer, le cas échéant, leur ampleur et leur impact.

Dans le cas de la présente enquête, la question du faible taux de réponse ne s'applique pas puisque cette enquête ne peut pas, à proprement parler, être qualifiée d'enquête statistique. En effet, la taille très limitée de sa population ne permet pas l'inférence statistique. Techniquement parlant, les résultats chiffrés obtenus par cette enquête sont des informations de nature qualitative et ils doivent être interprétés comme tels.

Quant à l'interprétation des questions, elle ne semble pas avoir posé de problème puisque les répondants ont fourni des réponses pertinentes. Mentionnons qu'en plus des séances d'information au cours desquelles des instructions ont été données concernant le sens des questions, les répondants ont été invités à téléphoner aux responsables de l'OCC pour toute interrogation. Quelques répondants ont eu recours à ce service.

En ce qui concerne les erreurs de saisie, rappelons que la saisie avec le logiciel Excel, une fois terminée, a fait l'objet d'une contrevérification complète. De plus, comme la grille de saisie comprenait des formules de calcul, elle permettait une validation automatique des additions et soustractions demandées au répondant dans le cadre du questionnaire. Ces précautions font en sorte qu'il n'y a pas lieu de craindre que des erreurs de saisie aient pu introduire des biais dans les résultats.

Enfin, en ce qui concerne les réponses fausses, précisons qu'il n'existe pas de moyen absolu pour valider la véracité des réponses obtenues dans le cadre d'un questionnaire comme celui qui a été utilisé. Cependant, dans le contexte de la présente enquête, rien ne laisse présager que des répondants aient délibérément ou non fourni des réponses erronées. En fait, deux caractéristiques de l'enquête permettent de croire que le risque de réponses fausses est particulièrement réduit dans le cas qui nous occupe. Premièrement, tous les organismes à l'étude ont accepté de signer un consentement en vertu duquel ils sont d'accord pour que leur participation à l'enquête soit publiquement divulguée. Deuxièmement, tous les organismes, à l'exception d'un seul d'entre eux, ont remis leurs états financiers à l'OCC ou ont accepté que l'OCC consulte la copie de ces documents qui est déposée au ministère de la Culture et des

Communications ou à la Société de développement des entreprises culturelles. Ces deux gestes peuvent être interprétés comme ceux de répondants confiants en la validité de leurs réponses.

Rappelons par ailleurs qu'on a procédé à des rappels téléphoniques afin de clarifier certaines réponses avec les répondants et qu'on a confronté les données déclarées avec celles apparaissant dans les états financiers officiels des organismes. Ces opérations ont donné lieu à des corrections qui augmentent encore la présomption de fiabilité à l'égard des résultats de l'enquête.

Compte tenu des mises en garde des sections précédentes, on peut conclure que le potentiel analytique de l'enquête est bon et que les résultats rendent compte de la population étudiée avec une fiabilité satisfaisante.

Annexe 1

Le questionnaire d'enquête chiffré

Institut de la statistique Québec

200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec)
G1R 5T4

ENQUÊTE SUR LES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS CULTURELS 2000-2001

Inscrire le nom et les coordonnées de l'organisme

Nom

Adresse

Municipalité

Province **Code postal**

Téléphone ___ - ___ - ____

Télécopieur ___ - ___ - ____

Courriel

Directives

Ces renseignements sont requis conformément à la Loi sur l'Institut de la statistique du Québec (L.R.Q., c. I-13.011) selon laquelle toute personne est tenue de répondre à une demande de renseignements à caractère obligatoire de l'Institut et de lui transmettre ces renseignements dans le délai et selon la forme qu'il prescrit. Par ailleurs, l'Institut de la statistique du Québec est tenu de respecter le caractère confidentiel des données ainsi recueillies.

Confidentiel une fois rempli

☞ **Ne pas retourner le questionnaire par la poste.** Un représentant de l'Institut de la statistique du Québec communiquera avec vous par téléphone dans la semaine du 5 novembre pour fixer un rendez-vous. Ce représentant se rendra par la suite à vos bureaux pour recueillir le questionnaire rempli et réaliser une entrevue avec vous.

☞ **Pièces à joindre.** Prière de joindre une copie de vos états financiers au questionnaire que vous remettrez au représentant de l'Institut. Si l'événement organisé par votre organisme est annuel, joindre les états financiers de 1998-1999, 1999-2000 et 2000-2001. Si l'événement organisé par votre organisme est biennal, joindre les états financiers des trois dernières années financières durant lesquelles l'événement a eu lieu.

☞ **Pour tout renseignement supplémentaire**, communiquer avec Mme Christine Routhier à l'Institut de la statistique du Québec, au numéro (418) 691-2414 poste 3053 ou en composant le 1 800 463-4090 si vous êtes à l'extérieur de la région de Québec.

Nom de la personne ayant répondu au questionnaire

Titre ou fonction de cette personne

Téléphone (incluant l'indicatif régional) ___ - ___ - ____ No de poste ____

RENSEIGNEMENTS DE BASE SUR L'ORGANISME ET L'ÉVÉNEMENT

1 Votre organisme est-il une organisation sans but lucratif?
(En vertu de votre inscription à l'Inspecteur général des institutions financières du Québec)

- ☐ 1 Oui
- ☐ 2 Non

2 Veuillez inscrire la date de fin de votre dernier exercice financier complet.

_____
(jour/mois/année)

3 Veuillez identifier le festival ou l'événement principal tenu par votre organisme.

a) Nom de l'événement _____

_____

b) Année de fondation (1ère année de tenue de l'événement) _____

c) Nom de la municipalité dans laquelle a lieu l'événement _____

d) Fréquence de l'événement (annuelle, biennale, etc.) _____

e) Quel est le principal domaine d'activité de l'événement?
Si l'événement est multidisciplinaire, cochez les principaux domaines.

- ☐ 1 architecture et art paysager
- ☐ 2 arts visuels et arts médiatiques
- ☐ 3 chanson, humour, variétés, cirque
- ☐ 4 cinéma et audiovisuel
- ☐ 5 danse
- ☐ 6 livre et littérature
- ☐ 7 métiers d'art
- ☐ 8 musique
- ☐ 9 patrimoine et patrimoine vivant
- ☐ 10 théâtre

f) Au quel des types suivants appartient l'événement? (Ne cocher qu'un seul type.)

- ☐ 1 salon (livre, métiers d'art)
- ☐ 2 festival en art(s) de la scène
- ☐ 3 événement à base d'exposition(s)
- ☐ 4 festival de cinéma
- ☐ 5 festival thématique
- ☐ 6 marché destiné aux acheteurs professionnels

ACTIVITÉS DE DIFFUSION

Important : les questions suivantes ne concernent que les résultats liés à l'événement principal identifié à la question 3. Si votre organisme réalise d'autres événements ou projets, ceux-ci ne doivent pas être comptabilisés, à moins qu'il vous soit impossible d'isoler les résultats rattachés à l'événement principal.

4 Indiquer les renseignements suivants pour l'événement ayant eu lieu au cours de l'année financière 2000-2001 (ou au cours de 1999-2000 si l'événement est biennal et n'a pas eu lieu en 2000-2001).

a) Dates de début et de fin de l'événement du : _____ au : _____
(jour/mois/année) (jour/mois/année)

b) Nombre total d'entrées payantes (billets vendus pour toutes les activités au programme) _____

c) Nombre de prestataires[1] invités (artistes solo, troupes, auteurs, films, groupes d'artistes, etc.) _____

Nombre de prestataires[1] provenant du Québec _____

Nombre de prestataires[1] provenant de l'extérieur du Québec _____

5 Quel est le nombre total de visiteurs ou spectateurs estimé pour les éditions 1998-1999, 1999-2000 et 2000-2001?

Si l'événement est biennal, inscrivez dans les cases les trois dernières années où l'événement a eu lieu et donnez les résultats correspondants.

	année		
annuel	1998-1999	1999-2000	2000-2001
biennal			
	nombre de visiteurs		

1. Un « prestataire » est une personne ou plus généralement un groupe de personnes venu présenter une oeuvre ou un ensemble d'oeuvres. Le groupe Les colocs, par exemple, comptera pour un (1) prestataire (et non pas pour cinq prestataires parce qu'il est composé de cinq membres).

REVENUS

Important : les questions suivantes ne concernent que les résultats liés à l'événement principal identifié à la question 3. Si votre organisme réalise d'autres événements ou projets, ceux-ci ne doivent pas être comptabilisés, à moins qu'il vous soit impossible d'isoler les résultats rattachés à l'événement principal.

6 Détaillez les revenus liés à votre événement pour les trois dernières années financières.

Si l'événement est biennal, indiquez dans les cases les trois dernières années où l'événement a eu lieu et donnez l'information pertinente.
Si certains types de revenus ne s'appliquent pas, inscrire « NA ».
Si le montant d'un type de revenus vous est inconnu, inscrire « DM » pour donnée manquante.
Il est important d'indiquer un montant pour chacun des totaux demandés.

	1998-1999	1999-2000	2000-2001
Revenus autonomes			
Vente de billets (à l'unité, abonnements, forfaits)			
Droits de radiodiffusion et télédiffusion			
Vente de produits dérivés			
Revenus de coproductions			
Autres revenus autonomes (intérêts, locations, concessions, bars, etc.)			
Total / Revenus autonomes	$	$	$
Financement privé			
Dons de sociétés, d'entreprises ou de particuliers			
Commandites en argent et ventes d'espace publicitaire			
Échanges et commandites de services comptabilisés			
Activités-bénéfice (encans, galas, tirages, ventes d'œuvres)			
Autres revenus de financement privé			
Total / Financement privé	$	$	$

Veuillez maintenant ventiler comme suit, en pourcentages, le montant total provenant du financement privé.

Sources locales ou régionales[1]	%	%	%
Sources nationales[2]	%	%	%
Autres sources (autres provinces ou pays)	%	%	%

1. Est considérée comme locale ou régionale une société ou entreprise ayant des établissements dans une seule région administrative du Québec.
2. Est considérée comme nationale une société ou entreprise ayant des établissements dans plus d'une région du Québec.

6 (suite)

	1998-1999	1999-2000	2000-2001

Financement public

Gouvernement provincial

(SODEC, Min. de la Culture et des Communications, CALQ, Tourisme Québec, Fonds de lutte contre la pauvreté, etc.)

Subventions au fonctionnement			
Subventions pour projets			
Subventions de programmes d'emploi			
Autres contributions provinciales			
Total / Gouvernement provincial	$	$	$

Gouvernement fédéral

(Conseil des arts du Canada, Patrimoine canadien, Affaires étrangères, etc.)

Subventions au fonctionnement			
Subventions pour projets			
Subventions de programmes d'emploi			
Autres contributions fédérales			
Total / Gouvernement fédéral	$	$	$

Administration municipale ou régionale

(Conseil des arts de la CUM, Bureau des arts et de la culture de la Ville de Québec, etc.)

Subventions au fonctionnement			
Subventions pour projets			
Subventions de programmes d'emploi			
Autres contributions municipales ou régionales			
Total / Administration municipale ou régionale	$	$	$

Autres sources de financement public

(Autres provinces, ambassades et consulats, gouvernements étrangers, etc.)

Subventions au fonctionnement			
Subventions pour projets			
Autres contributions			
Total / Autres sources de financement public	$	$	$
Total / Financement public	$	$	$

Revenus totaux reliés à l'événement
(revenus autonomes + financement privé + financement public) $ $ $

DÉPENSES

Important : les questions suivantes ne concernent que les résultats liés à l'événement principal identifié à la question 3. Si votre organisme réalise d'autres événements ou projets, ceux-ci ne doivent pas être comptabilisés, à moins qu'il vous soit impossible d'isoler les résultats rattachés à l'événement principal.

7 Indiquez les dépenses liées à votre événement pour les trois dernières années financières.

Si l'événement est biennal, indiquez dans les cases les trois dernières années où l'événement a eu lieu et donnez l'information pertinente.
Si certains types de dépenses ne s'appliquent pas, inscrire « NA ».
Si le montant d'un type de dépenses vous est inconnu, inscrire « DM » pour donnée manquante.
Il est important d'indiquer un montant pour chacun des totaux demandés.

	1998-1999	1999-2000	2000-2001
Frais artistiques			
Achats de spectacles (organismes)			
Cachets aux artistes (individus solo ou groupes non constitués)			
Cachets aux artistes québécois			
Cachets aux artistes de l'extérieur du Québec			
Autres frais artistiques (conception de catalogue, droits d'auteur, etc.)			
Total / Frais artistiques	$	$	$
Frais de production			
Personnel de production et technique			
Personnel logistique, sécurité et billetterie			
Déplacements et hébergement des artistes et du personnel de production			
Locations de salles ou de lieux			
Autres frais de production (transport, assurances, locations diverses, etc.)			
Total / Frais de production	$	$	$

7 (suite)

	1998-1999	1999-2000	2000-2001

Frais administratifs

Communication et mise en marché

Salaires ou honoraires du personnel de communication et de mise en marché			
Publicité, promotion et placement média			
Autres frais de communication et de mise en marché			

Recherche de financement privé

Salaires ou honoraires du personnel spécialement affecté à la recherche de financement privé			
Activités de financement (campagne annuelle, activités-bénéfice)			
Autres frais de recherche de financement privé			

Frais généraux d'administration

Salaires ou honoraires du personnel administratif			
Loyer, entretien, chauffage des locaux administratifs			
Contributions de l'employeur (charges patronales, bénéfices marginaux)			
Autres frais administratifs (frais bancaires, déplacements administratifs, fournitures de bureau, télécommunications, poste, etc.)			
Total / Frais administratifs	$	$	$

Autres dépenses

(amortissements, taxes municipales, intérêts versés, impôts sur les bénéfices, etc.)	$	$	$

Dépenses totales reliées à l'événement

(frais artistiques + frais de production + frais administratifs + autres dépenses)	$	$	$

Excédent des revenus sur les dépenses reliés à l'événement

(revenus totaux - dépenses totales)	$	$	$

8 Veuillez ventiler comme suit, en pourcentages, les frais de publicité, promotion et placement média.

Publicité et promotion locale ou régionale	%	%	%
Publicité et promotion nationale (au Québec)	%	%	%
Publicité et promotion dans les autres provinces canadiennes	%	%	%
Publicité et promotion à l'étranger (hors Canada)	%	%	%

DÉPENSES RELATIVES À CERTAINS BIENS ET SERVICES

Important : les questions suivantes ne concernent que les résultats liés à l'événement principal identifié à la question 3. Si votre organisme réalise d'autres événements ou projets, ceux-ci ne doivent pas être comptabilisés, à moins qu'il vous soit impossible d'isoler les résultats rattachés à l'événement principal.

Impact économique. Un des objectifs de la présente enquête est d'évaluer l'impact économique des dépenses d'opération de l'ensemble des événements culturels. L'impact économique est calculé au moyen du *Modèle intersectoriel du Québec* développé par l'Institut de la statistique. Ce calcul se fait à partir des sommes dépensées par les entreprises ou sociétés pour l'achat de différents biens et services.

9 Indiquez les dépenses de votre organisme en 2000-2001, excluant les salaires, pour les différentes catégories de biens et services suivants. Si votre événement est biennal et n'a pas eu lieu en 2000-2001, indiquez les dépenses pour 1999-2000. Remplissez toutes les lignes. Si une catégorie ne s'applique pas, inscrire « 0 ». Si le montant d'une dépense vous est inconnu, indiquez un montant approximatif.

237	Services spécialisés de publication, impression, édition	_____ $
375	Ordinateurs et périphériques (achat)	_____ $
412	Essence	_____ $
415	Mazout léger (huile à chauffage)	_____ $
499	Équipements d'activité récréative	_____ $
521	Construction, réparations	_____ $
522	Transports aériens	_____ $
523	Transports ferroviaires	_____ $
526	Transports par camion	_____ $
530	Transports par taxi	_____ $
534	Entreposage	_____ $
537	Services téléphoniques et autres services de télécommunications	_____ $
538	Services postaux	_____ $
539	Électricité	_____ $
544	Services de réparation de machines et matériel	_____ $
545	Frais de services de banques	_____ $
548	Assurances et compensations pour accidents de travail	_____ $
551	Loyers autres que résidentiels	_____ $
553	Services informatiques	_____ $
554	Services de comptabilité et juridiques	_____ $
555	Services de publicité	_____ $
561	Services d'hébergement (hôtels)	_____ $
562	Services de restauration	_____ $
570	Location de matériel de bureau	_____ $
571	Location d'autres machines et matériel	_____ $
572	Location d'automobiles et de camions	_____ $
573	Services de photographie	_____ $
575	Autres services personnels et aux entreprises	_____ $

EMPLOI

Important : les questions suivantes ne concernent que les résultats liés à l'événement principal identifié à la question 3. Si votre organisme réalise d'autres événements ou projets, ceux-ci ne doivent pas être comptabilisés, à moins qu'il vous soit impossible d'isoler les résultats rattachés à l'événement principal.

10 Inscrivez :

a) le nombre des personnes rémunérées (y compris les artistes solo ou faisant partie de groupes non constitués) que votre organisme a employées ou engagées à contrat en 2000-2001;

b) les salaires, honoraires ou cachets versés en excluant les contributions de l'employeur;

c) le nombre des semaines travaillées par l'ensemble de ces personnes (ce nombre doit correspondre à la somme des semaines de 35 heures travaillées par toutes les personnes).

Si votre événement est biennal et n'a pas eu lieu en 2000-2001, inscrire les résultats pour l'année 1999-2000.

	a) Nombre de personnes	**b) Total des salaires ou honoraires versés**	**c) Total des semaines travaillées**
Personnel administratif (directeur, coordonnateur gén., adjoint administratif, agent de financement, comptable, secrétaire, etc.)			
Salariés permanents	_____	_____	_____
Salariés occasionnels	_____	_____	_____
Travailleurs autonomes rémunérés par honoraires ou cachets	_____	_____	_____
Total A / Personnel administratif	_____	_____ $	_____
Personnel de mise en marché (responsable des communications ou du marketing, attaché de presse, gestionnaire d'abonnements, etc.)			
Salariés permanents	_____	_____	_____
Salariés occasionnels	_____	_____	_____
Travailleurs autonomes rémunérés par honoraires ou cachets	_____	_____	_____
Total B / Personnel de mise en marché	_____	_____ $	_____
Personnel artistique			
Artistes rémunérés par honoraires ou cachets			
Total C / Personnel artistique	_____	_____ $	_____

10 (suite)

	a) Nombre de personnes	b) Total des salaires ou honoraires versés	c) Total des semaines travaillées
Personnel de production (dir. de production, dir. technique, régisseur, équipe de scène, monteur d'exposition, sonorisateur, directeur artistique, éclairagiste, responsable de la programmation, etc.)			
Salariés permanents	_____	_____	_____
Salariés occasionnels	_____	_____	_____
Travailleurs autonomes rémunérés par honoraires ou cachets	_____	_____	_____
Total D / Personnel de production	_____	_____ $	_____
Personnel relatif à l'accueil et à la gestion du lieu (resp. de l'accueil des artistes ou des visiteurs, gérant de salle, prép. au guichet, gardien, placeur, animateur, préposé à l'entretien, etc.)			
Salariés permanents	_____	_____	_____
Salariés occasionnels	_____	_____	_____
Travailleurs autonomes rémunérés par honoraires ou cachets	_____	_____	_____
Total E / Personnel d'accueil et de gestion du lieu	_____	_____ $	_____
Total pour l'ensemble des catégories de personnel (A+B+C+D+E)	_____	_____ $	_____

11 Au total, combien de ces personnes ont été rémunérées par votre organisme à partir de programmes d'emploi?

_____

BÉNÉVOLES

12 a) Combien de bénévoles ont été au service de votre organisme en ce qui concerne l'événement ayant eu lieu en 2000-2001 (ou en 1999-2000 si votre événement est biennal et n'a pas eu lieu en 2000-2001)?

_____

b) Que représente la contribution de ces bénévoles en nombre total de jours travaillés?

_____

Institut de la statistique Québec

Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001

Formulaire de consentement

1. L'organisme nommé ci-dessous comprend que toutes les données recueillies dans le cadre de cette enquête seront traitées par l'Institut de la statistique du Québec de manière confidentielle, conformément à la Loi sur l'Institut de la statistique du Québec (L.R.Q., c. I-13.011).

   L'organisme comprend notamment que les résultats de l'enquête qui seront diffusés ne contiendront aucune donnée individuelle qui puisse être associée à l'un des répondants, mais seulement des données agrégées portant sur un ensemble de répondants.

2. L'organisme autorise l'Institut de la statistique du Québec à divulguer le fait qu'il [l'organisme] a participé à titre de répondant à *l'Enquête sur les festivals et événements culturels 2000-2001*.

Nom de l'organisme : _____
(lettres moulées)

_____ _____
Signature du dirigeant ou du représentant autorisé Date

Nom de ce représentant : _____
(lettres moulées)

Titre ou fonction de ce représentant : _____
(lettres moulées)

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

Annexe 2

Le questionnaire d'enquête qualitatif

Questionnaire qualitatif

GESTION ET RECHERCHE DE FINANCEMENT

Q.1 En 2000-2001, les activités administratives liées à la recherche et à la gestion du financement (subventions, financement privé) ont occupé combien de personnes, incluant les ressources de sous-traitants?

a) Quel investissement en temps cela représente-t-il pour chacune de ces personnes?

Employés	Nombre moyen d'heures affectées au financement dans une semaine	Nombre de semaines affectées au financement par cette personne dans l'année	Total (nombre d'heures affectées au financement par cette personne en 2000-2001)
exemple	4 hrs	30 sem.	120 hrs
personne 1			
personne 2			
personne 3			
personne 4			
personne 5			
personne 6			
ressources de sous-traitants			nombre d'heures affectées au financement
personne 7			
personne 8			

b) Dans le cas où vous avez confié la recherche de financement à un sous-traitant, quel montant avez-vous versé à ce sous-traitant pour réaliser ce travail ?

_____

c) Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de recourir à un sous-traitant pour la recherche de financement ?

_____
_____
_____
_____

d) Ce sous-traitant était-il chargé à la fois des subventions et du financement privé, ou alors uniquement de l'un de ces deux types de financement ?

_____
_____
_____
_____

CONTRAINTES AU FINANCEMENT PRIVÉ

Q.2 Quels sont les principaux commanditaires de votre événement?_____

_____
_____
_____
_____

Q.3
a) Dans vos recherche de financement privé, visez-vous certains types d'entreprises ou de sociétés en particulier? ☐ Oui ☐ Non
b) Si oui, lesquelles et pourquoi celles-là?

_____
_____
_____
_____

c) Est-ce effectivement le genre d'entreprises ou de sociétés privées qui vous soutient?
☐ Oui ☐ Non

Q.4
Les entreprises et sociétés privées qui vous soutiennent:
☐ varient beaucoup d'une année à l'autre
☐ varient faiblement
☐ sont toujours les mêmes

Q.5
En ce qui concerne la valeur du soutien qui vous est accordé par une entreprise donnée, quelle est la plus forte variation rencontrée au cours des 3 dernières années financières? (Indiquez le % approximatif de la plus forte augmentation (+) ou diminution (-) rencontrée.)

_____

Q.6
Quelle est la durée des ententes de financement privé? (Combien d'éditions de l'événement?) _____

Q.7
a) Les entreprises ou sociétés privées qui vous soutiennent le font également pour d'autres événements culturels?
☐ Oui ☐ Non ☐ Ne sais pas
b) Soutiennent-elles des organismes ou projets autres que culturels?
☐ Oui ☐ Non ☐ Ne sais pas

Q.8
a) La recherche de financement privé est généralement ardue. Est-ce le cas pour votre organisme? ☐ Oui ☐ Non
b) Pour quelles raisons ?_____

_____
_____
_____

c) Quels sont les obstacles rencontrés lorsqu'il s'agit d'augmenter le niveau du financement privé?_____

_____
_____
_____

Q.9
Idéalement, quel pourcentage de vos revenus le financement privé devrait-il représenter? _____%

Q.10

a) Quels motifs vous sont donnés par les entreprises ou sociétés qui vous soutiennent pour expliquer la stagnation, la diminution ou la cessation de leur soutien ?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

AUTRES ACTIVITÉS DE L'ORGANISME

Q.11

À part les activités liées à l'événement principal (identifié à la question 3 du questionnaire bleu), votre organisme organise-t-il d'autres activités?

☐ Oui ☐ Non

Q.12

a) Si oui, pouvez-vous énumérer et décrire brièvement ces différentes activités parallèles?

_____
_____
_____
_____
_____

b) À quel moment de l'année sont-elles réalisées?

_____
_____
_____

Q.13

Quelle part de vos revenus annuels ces activités parallèles représentent-elles environ?

_____
_____

TOURISME

Q.14

a) Est-ce que votre organisme est membre de l'une des Associations touristiques régionales (ATR) du Québec? ☐ Oui ☐ Non

b) Si oui, laquelle ?

_____
_____

Q.15

a) Est-ce votre organisme a développé des forfaits touristiques (transport, hébergement, etc.) pour la clientèle québécoise, canadienne ou étrangère?

☐ Oui ☐ Non

b) Si oui, en quoi consistent ces forfaits et à qui s'adressent-ils?

_____

_____

_____

DONNÉES SUR FRÉQUENTATION

Q.16

a) Existe t-il des données sur la fréquentation et la clientèle de votre événement ?

☐ Oui ☐ Non

b) D'où proviennent ces données? _____

c) Par qui ont-elles été recueillies et traitées?

_____

d) De quand datent-elles? _____

e) Sont-elles consignées dans un document? ☐ Oui ☐ Non

Si oui, demander copie au répondant.

ÉTATS FINANCIERS

Veuillez nous remettre une copie de vos états financiers des trois dernières années, tel que demandé dans le questionnaire.

S'assurer que le répondant s'est fait une photocopie du questionnaire bleu rempli.

« L'Institut a pour mission de fournir des informations statistiques qui soient fiables et objectives sur la situation du Québec quant à tous les aspects de la société québécoise pour lesquels de telles informations sont pertinentes. L'Institut constitue le lieu privilégié de production et de diffusion de l'information statistique pour les ministères et organismes du gouvernement, sauf à l'égard d'une telle information que ceux-ci produisent à des fins administratives. Il est le responsable de la réalisation de toutes les enquêtes statistiques d'intérêt général. »

Loi sur l'Institut de la statistique du Québec (L.R.Q., c. I-13.011) adoptée par l'Assemblée nationale du Québec le 19 juin 1998.

L'Observatoire de la culture et des communications a pour mission de fournir un portrait statistique fiable, complet et évolutif de la culture et des communications au Québec. Ses travaux servent à informer de manière objective partenaires, décideurs et citoyens; ils permettent de stimuler la recherche, d'animer les débats au sein de la société québécoise et de contribuer à la réflexion sur les grandes tendances internationales en matière de culture et de communication.

Institut de la statistique
Québec